

**Persaingan Tema pada Konten Berita Lokal di Situs Berita Online  
Malangtoday.net dan Malangvoice.com Periode Bulan Agustus 2017 dan  
Oktober 2017 melalui Aplikasi Teori Niche**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi Pada Fakultas Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu  
Politik Universitas Brawijaya

Oleh :

**Rinaldy Syahputra**

**125120200111019**



**BIDANG MINAT KOMUNIKASI MASSA  
ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
MALANG  
2018**

## **LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**Persaingan Tema pada Konten Berita Lokal di Situs Berita Online Malangtoday.net  
dan Malangvoice.com Periode Bulan Agustus 2017 dan Oktober 2017 melalui  
Aplikasi Teori Niche**

### **SKRIPSI**

**Disusun Oleh:**

**RINALDY SYAHPUTRA**

**NIM. 125120200111019**

Telah diuji dan dinyatakan LULUS dalam ujian Sarjana pada tanggal  
26 Juli 2018

Pembimbing I



Widya Pujarama, S.I.Kom., M.Communication  
NIK. 198511302015042001

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Unti Ludigdo, S.E., M.Si., AK.  
NIP. 1969081419994021001

**LEMBAR DAFTAR PENGUJI SKRIPSI**

Skripsi ini telah diuji oleh tim penguji pada tanggal 26 Juli 2018 dengan daftar penguji sebagai berikut:

<b>NO</b>	<b>NAMA</b>	<b>JABATAN PENGUJI</b>
1	Widya Pujarama, S.I.Kom., M.Communication	Ketua Majelis Sidang
2	M. Fikri. AR, S.Kom., M.A.	Anggota Sidang Majelis Penguji 1
3	Abdul Wahid, S.I.Kom., M.A.	Anggota Sidang Majelis Penguji 2

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rinaldy Syahputra  
NIM : 125120200111019  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Komunikasi Massa

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul “Persaingan Tema pada Konten Berita Lokal di Situs Berita Online Malangtoday.net dan Malangvoice.com Periode Bulan Agustus 2017 dan Oktober 2017 melalui Aplikasi Teori Niche” adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, diberi tanda dan citasi yang ditujukan dalam daftar pusaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas skripsi, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai hukum yang berlaku.

Malang, 10 Juli 2018

Rinaldy Syahputra  
NIM. 125120200111019

## ABSTRAK

Rinaldy Syahputra (12512020011019), 2018. Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Brawijaya, Malang. Persaingan Tema pada Konten Berita Lokal di Situs Berita Online Malangtoday.net dan Malangvoice.com Periode Bulan Agustus 2017 dan Oktober 2017 melalui Aplikasi Teori Niche.

Dibimbing oleh Widya Pujarama, S.I.Kom., M.Communication

---

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat persaingan pada konten berita lokal di situs berita online Malangtoday.net dan Malangvoice.com dilihat dari tema konten berita berdasarkan tingkat ketergantungan (*niche breadth*) dan ketumpangtindihan (*niche overlap*) pada periode bulan Agustus 2017 dan Oktober 2017. Metode yang akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis tema pada konten berita, yaitu dengan menggunakan analisis isi. Metode ini digunakan dengan melihat isi konten berita dari kedua situs berita online tersebut. Setelah itu data yang telah dianalisis akan dihitung dengan menggunakan Teori Niche yang berfungsi untuk mengetahui sumber penunjang kehidupan media (*niche breadth*) dan ketumpangtindihan (*niche overlap*). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *niche breadth* yang diperoleh penulis dari kedua situs berita online Malangtoday.net dan Malangvoice.com berdasarkan tema berita adalah 6,23 ( $nB < 11,3$ ) termasuk kategori moderat untuk Malangtoday.net dan 5,44 ( $nB < 5,6$ ) termasuk kategori spesialis untuk Malangvoice.com. Sedangkan untuk *niche overlap* dari kedua situs berita online berada di angka 0,0415 ( $nO < 0,20$ ) yang artinya menunjukkan tingkat persaingan yang terjadi sangat kuat karena angka dari data yang ada mendekati 0.

Kata Kunci: berita, situs media online, teori niche, *niche breadth*, *niche overlap*

### ABSTRACT

Rinaldy Syahputra (12512020011019), 2018. Communication Science, Department of Social and Political Science. Brawijaya University, Malang. Theme Competition on Local News Content at Online News Site Malangtoday.net and Malangvoice.com Period August 2017 and October 2017 using the Application of Niche Theory.

Guided by Widya Pujarama, S.I.Kom., M.Communication

This research is to know about the level of competition of the local news content on the online news sites Malangtoday.net and Malangvoice.com viewed from the theme of the news content based on the level of dependence (niche breadth) and overlap (niche overlap) in the period of August 2017 and October 2017. In this research, the method that will be used to analyze the theme content in the local news is using content analysis. This method is used by looking at the theme of the news content from the both of online news sites. After that, the data that has been analyzed will be calculated by using Niche Theory to find out the source of life that support the media (niche breadth) and overlap (niche overlap). The results of this study will indicate that the niche breadth obtained by authors from both online news sites Malangtoday.net and Malangvoice.com based on news theme are 6.23 ( $nB < 11.3$ ) category moderate for Malangtoday.net and 5.44 ( $nB < 5.6$ ) category specialist for Malangvoice.com. As for the overlap niche from the both online news sites are 0.0415 ( $nO < 0.20$ ) which means that the level of competition that occurs is very strong because the number of existing data close to 0.

Keyword: news, online news sites, niche theory, niche breadth, niche overlap



## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kasih karunia-Nya yang begitu besar sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi dengan judul “Persaingan Tema pada Konten Berita Lokal di Situs Berita Online Malangtoday.net dan Malangvoice.com Periode Bulan Agustus 2017 dan Oktober 2017 melalui Aplikasi Teori Niche”.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari kerja sama dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, tak lupa penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.
2. Keluarga tercinta, mama dan almarhum papa yang selalu menjadi semangat bagi penulis dan mendoakan demi lancarnya penyusunan Skripsi ini.
3. Keluarga besar penulis dari mama dan papa yang tidak pernah lupa dan selalu memberikan semangat serta motivasi kepada penulis untuk segera menyelesaikan Skripsi.
4. Bapak Antoni, S.Sos, M.Si. Dr. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya, Malang.
5. Ibu Widya Pujarama, S.I.Kom., M.Communication yang telah sabar dan selalu memberikan motivasi serta semangat selama proses penyusunan Skripsi ini.
6. Prof. Dr. Unti Ludigdo, AK, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya, Malang.
7. Dosen-dosen Ilmu Komunikasi FISIB UB, Mas Irawan Saputra, Pak Fikri, Ibu Fitrah, Ibu Sri, dan dosen serta pembimbing lainnya Mas Fuad dan Mas Okta yang telah memberi dukungan dalam proses penyelesaian Skripsi ini.
8. Kepada Dila Choli Faresha dan keluarga, Alm. Heri Pribadi, Ibu Faridah, Karlina, dan Bubu yang selalu memberikan semangat dan motivasi menyelesaikan Skripsi ini.
9. Sahabat dekat penulis Dira, Mamad, Fanny, dan Ayin, yang tiada hentinya untuk memberikan semangat serta dorongan untuk penyelesaian Skripsi ini.

10. Kepada seluruh rekan-rekan Ilmu Komunikasi FISIP UB angkatan 2011, 2012, serta angkatan 2013 yang telah memberikan saran serta informasi yang dibutuhkan penulis.
11. Sahabat dan teman seperjuangan Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UB angkatan 2012 terutama Dave Nirvana dan Delly Aji Caesarro yang telah membantu menjadi informan dalam Skripsi ini
12. Teman SMA penulis, Achir, Azmi, Tia, Irez yang telah memberikan motivasi agar segera menyelesaikan Skripsi dan mendapatkan kerja yang diinginkan.
13. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas segala bantuan yang telah diberikan.

Penulis berupaya sebaik-baiknya agar tugas akhir Skripsi ini memiliki manfaat secara akademis maupun praktis. Tentunya penulisan dalam penyusunan dalam Skripsi ini pun masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca sangat berguna bagi penulis untuk meningkatkan pengetahuan penulis dikemudian hari.

Malang, 10 Juli 2018

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>BAB I.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4.2 Manfaat Praktis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.1 Aplikasi Teori <i>Niche</i> Untuk Mengukur Kompetisi Media.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Bookmark not defined.	
<b>2.2 Situs Berita Online sebagai produk New Media .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
not defined.	
<b>2.3 Jurnalisme dalam Berita Online.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.4 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.5 Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.1 Jenis Penelitian.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.2 Metode Penelitian.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.3 Populasi dan Sampel.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.4 Unit Analisis .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.5 Definisi Konseptual dan Operasional...Error! Bookmark not defined.</b>	
3.5.1 Definisi Konseptual dalam Penelitian	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
defined.	
3.5.2 Definisi Operasional dalam Penelitian	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
defined.	
3.5.3 Kategorisasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.6 Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.1 Sumber Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.2 Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.3 Instrumen Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.7 Uji Instrumen Penelitian .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.1 Uji Validitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

<b>3.8 Teknik Analisis Data.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian ...</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1 Profil Malangvoice.com.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.2 Profil Malangtoday.net.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.2 Perbandingan Distribusi Tema Berita pada masing-masing Situs Berita Online pada periode bulan Agustus 2017 dan Oktober 2017 .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1 Perbandingan tema-tema berita antara Malangtoday.net dan Malangvoice.com pada periode bulan Agustus 2017 dan Oktober 2017.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.3 Niche Breadth dan Niche Overlap Malagtoday.net dan Malangvoice.com.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.1 Tingkat <i>Niche Breadth</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.2 Tingkat <i>Niche Overlap</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB V .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>5.1 Simpulan .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2.1 Penelitian Akademis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2.2 Saran Bagi Praktisi Media.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Perilaku Pengguna Internet di Indonesia **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2. Kerangka Pemikiran..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 3. Traffic Data dari situs www.Semrush.com pada Malangtoday.net dan Malangvoice.com bulan Agustus 2017 dan Oktober 2017 ..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. Contoh penentuan tema dari suatu berita **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 5. Logo Malangvoice.com ..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 6. Halaman Utama Website Malangvoice.com **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 7. Logo Malangtoday.net ..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 8. Halaman Utama Malangtoday.net **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 9. Diagram Distribusi Tema Berita Malangtoday.net ..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 10. Diagram Distribusi Tema Berita Malangvoice.com ..... **Error! Bookmark not defined.**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2. Kalender Bulan Agustus 2017 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. Kalender Bulan Oktober 2017 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. Jenis Operasional Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 5. Operasionalisasi Indikator .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 6. Deskripsi Operasional Penelitian.	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 7. Frekuensi Persetujuan masing-masing Koder...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 8. Tabel Distribusi Frekuensi Tema Berita ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 9. Skema Teknik Analisis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 10. Nilai Niche breadth sesuai posisi/kelas....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 11. Nilai Niche overlap Sesuai Posisi/Kelas..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 12. Frekuensi Distribusi Tema Berita Malangtoday.net .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 13. Frekuensi Distribusi Tema Berita Malangvoice.com .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 14. Frekuensi Berita Tema Gawat Darurat Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 15. Frekuensi Berita Tema Kriminalitas Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 16. Frekuensi Berita Tema Pemerintahan Lokal dan Nasional Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 17. Frekuensi Berita Tema Perencanaan dan Pembangunan Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

Tabel 18. Frekuensi Berita Tema Konflik dan Kontroversi Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com .... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 19. Frekuensi Berita Tema Konflik dan Kontroversi Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com .... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 20. Frekuensi Berita Tema Pressure Group Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 21. Frekuensi Berita Industri dan Ketenagakerjaan Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com .... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 22. Frekuensi Tema Kesehatan Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 23. Frekuensi Tema Human Interest Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 24. Frekuensi Tema Personalities Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 25. Frekuensi Tema Sport Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 26. Frekuensi Tema Seasonal News Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 27. Frekuensi Tema Special Local Interest Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 28. Frekuensi Tema Cuaca Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 29. Frekuensi Tema Lalu Lintas Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 30. Frekuensi Tema Hewan Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 31. Frekuensi Tema Hiburan Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 32. Persentase Tema berita Situs Malangtoday.net ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 33. Persentase Tema berita Situs Malangvoice.net ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 34. Nilai Perhitungan Niche Breadth ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 35. Nilai Perhitungan Niche Overlap ..... **Error! Bookmark not defined.**





## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Pertama kali internet diperkenalkan oleh *International Computer Communication Conference* (ICCC) pada bulan Oktober tahun 1972, dampak yang besar terjadi pada segala aspek (Qomariyah, 2013, h.1). Salah satunya adalah bertambahnya jumlah pengguna internet, berdasarkan data yang diakses di situs *Internet World Stats*, internet memiliki jumlah pengguna hingga 4 miliar di seluruh dunia pada tahun 2017 dan angka ini akan terus berkembang mengikuti perkembangan di masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa internet sudah menjadi bagian dari perkembangan masyarakat dunia dimana internet menjadi suatu kebutuhan penting bagi masyarakat.

Dampak dari kemajuan ini memunculkan berbagai bidang baru di internet, seperti media sosial, *e-commerce*, dan bidang-bidangnya lainnya terutama di industri media massa, salah satunya yaitu media online dimana internet sebagai media atau saluran utama yang digunakan. Sehingga, perkembangan media online yang terjadi di dunia sangat memberikan dampak yang besar. Perubahan ini dimulai dalam hal mengkonsumsi sebuah konten. Internet sebagai suatu kemajuan teknologi yang telah mengubah arus informasi di dunia. Sebagai negara berkembang, Indonesia sangat terpengaruhi dampak dari perkembangan ini. Hal tersebut dapat dilihat melalui data statistik yang diperoleh dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengenai jumlah pengguna internet di Indonesia, pada tahun 2016 dengan total jumlah penduduk mencapai 256,2 juta terdapat 132,7 juta

yang telah menggunakan internet (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2016). Hal ini akhirnya menjadikan negara Indonesia menjadi salah satu negara yang kemudian ikut merasakan perkembangan media online ini. Kemunculan awal internet di Indonesia sendiri tampak dimulai pada tahun 1990, dimana internet muncul dikarenakan proyek hobi dari beberapa pihak yang tertarik dengan jaringan komputer (Wira, 2017).

Sebagai sebuah revolusi teknologi, internet telah membawa pembaharuan mengenai cara media massa berfungsi dan juga hal ini menyebabkan terjadinya pergeseran paradigma media yang bersifat global. Pergeseran tersebut menurut Petre dan Harrington (dalam Sri Hastjarjo, 2007, h.35) menyangkut produksi, penyimpanan dan penyebaran informasi digital secara global melalui jaringan online (internet). Melalui jaringan ini, setiap komputer mampu menerima dan mengirimkan teks, gambar, suara dan video dengan cepat dan murah. Kemampuan tersebut disebabkan oleh internet yang dapat mengintegrasikan berbagai *platform*, sehingga menjadikan kedudukan internet semakin penting. Teknologi digital inilah yang menghadirkan majalah digital, koran digital, hingga video digital yang salah satu produknya adalah situs berita online.

Menurut sejarah internet yang terjadi di Indonesia, pada tahun 1994 penggunaan internet di negara Indonesia meningkat secara signifikan dikarenakan adanya sebuah jasa komersil internet pertama yaitu Indonet. Pada saat ini, konten di internet masih kebanyakan berasal dari luar Indonesia. Lalu mulai munculnya berita pertama pada media online di internet yang dimana tercatat dimiliki oleh Republika.com. Berita media online tersebut tayang perdana pada 17 Agustus 1994

yang mengacu pada institusi ini. Setelah itu mulai bermunculan media online baru seperti Waspada Online dari Sumatera Utara ([www.waspada.com](http://www.waspada.com)) dan kemudian diikuti juga oleh Kompas dengan produk online mereka, Kompas Online ([www.kompas.com](http://www.kompas.com)) pada tanggal 22 Agustus 1997. Di masa ini, media online pada dasarnya memiliki isi yang sama dengan media cetak (Wira, 2017).

Melihat pada sejarahnya, awalnya di Indonesia penggunaan media online hanya untuk kegiatan memindahkan berita dari media cetak dalam media online. Sehingga pada dasarnya isi berita yang ada di media cetak dan online memiliki persamaan. Tetapi pada tahun 1998, muncul media online baru bernama Detik.com, dimana media ini melakukan sebuah perbedaan dari media online yang lainnya dalam hal isi berita cetak dan berita online. Detik.com tidak memiliki versi cetak dari beritanya, tetapi dalam perkembangannya mereka pernah membuatnya (Wira, 2017). Media online Detik.com muncul berawal dari sebuah ide pemikiran Budiono, pemikiran untuk membuat berita online tersebut dikarenakan adanya keinginan dalam hal memberikan sebuah informasi secepat mungkin tanpa menunggu harus dicetak terlebih dahulu keesokan harinya.

Pada tahun 2000 hingga tahun 2003, muncul banyak media karena *booming*-nya dotcom (website) di dunia, dimana Indonesia tidak dapat terhindar dari dampak ini. Situs-situs nasional dan lokal mulai bermunculan seakan berlomba-lomba untuk menarik perhatian masyarakat. Kebanyakan yang terjun dalam hal ini adalah para pemodal. Kemunculan website Okezone menjadi sebuah penanda bangkitnya media online di Indonesia. Banyak perubahan yang terjadi di media-media online lainnya. Setelah tahun 2003 banyak situs berita online yang muncul dengan lebih

berwarna dan atraktif. Seiring dengan perkembangan jaman, teknologi internet terus berkembang dan banyak situs berita membuka ruang interaksi bagi pembacanya

Melihat berkembangnya internet hingga saat ini, situs berita online atau media online yang memanfaatkan internet sebagai medium menjadi media yang menarik untuk dikaji saat ini karena media massa sudah menjadi bagian konsumsi penting bagi masyarakat. Berdasarkan data temuan dari situs Nielsen (Press Room, 2014), konsumsi media massa di kota-kota baik di Jawa maupun Luar Jawa menunjukkan bahwa masyarakat lebih memilih menggunakan televisi sebagai media utama sebesar 95%, disusul oleh internet sebesar 33%, radio sebesar 20%, surat kabar sebesar 12%, tabloid sebesar 6%, dan majalah sebesar 5%. Khusus mengenai Internet, penggunaan media ini mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir, hingga mencapai dua kali lipat baik di Jawa maupun luar Jawa. Masyarakat kini cenderung senang mengakses informasi yang mudah dijangkau, interaktif, dan dekat dengan berbagai teknologi yang ada saat ini.

Dapat dikatakan bahwa komunikasi melalui media internet kini sudah menjadi suatu hal yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Hal ini tentunya akan memberikan dampak pada kehidupan bermasyarakat. Salah satu dampak yang dapat muncul adalah hubungan makhluk hidup khususnya manusia dengan lingkungan hidupnya. Ilmu mengenai hubungan timbal balik makhluk hidup dengan lingkungan hidupnya disebut ekologi. Oleh karena itu, permasalahan lingkungan hidup hakekatnya adalah permasalahan ekologi (Soemarwoto, 2004, h.22). Dalam hal ini, ekologi tidak akan hanya membahas mengenai hubungan

timbang balik antara makhluk hidup dengan lingkungannya, ekologi dapat juga di aplikasikan pada media massa.

Postman (dalam Halper, 2011, h.2) mengungkapkan bahwa, salah satu cara untuk menganalisa dampak hubungan makhluk hidup dengan media massa adalah dengan memanfaatkan sudut pandang ekologi. Ekologi media berkenaan dengan hubungan timbal balik antara media massa dengan lingkungan penunjangnya. Kondisi ini sama dengan hubungan yang terjadi pada makhluk hidup dengan lingkungan tempat hidupnya. Ekologi media mengkaji peran media yang membawa pengaruh pada pemahaman persepsi manusia tentang peran media massa yang saat ini sudah merekat dalam kehidupan manusia. Postman juga berpendapat bahwa, ekologi media melihat ke dalam masalah, bagaimana media komunikasi mempengaruhi pemahaman persepsi manusia, perasaan dan nilai, serta bagaimana interaksi kita dengan media yang memfasilitasi atau menghambat kesempatan kita untuk bertahan hidup (Salas, 2007, h.63).

Melalui ekologi media, kita dapat mengetahui apakah media saat ini dapat membawa kita ke arah yang lebih baik atau sebaliknya dapat berdampak buruk terhadap keberlangsungan hidup kita. Postman (dalam Halper, 2011, h.17) menjelaskan mengenai perspektif ekologi media mendorong kita untuk melihat peran teknologi atau media baru yang mengubah cara orang hidup, baik perubahan positif maupun perubahan negatif. Dalam ekologi dikenal teori yang disebut teori *Niche*, seperti yang telah dijelaskan oleh Putman, bahwa abstraksi tentang posisi organisme di dalam masyarakat dan hubungan sumber daya dengan orang lain di sekitarnya, dinyatakan dalam konsep ekologi yaitu *Niche* (Putman, 1994, h.60).

Teori *Niche* dapat diartikan sebagai “celung” atau “ruang kehidupan”. Fokus pembahasannya adalah mengenai proses, ciri-ciri, hubungan dan interaksi antar populasi dalam upaya mempertahankan kehidupannya (Sendjaja, 1993, h.121). Teori *Niche* bisa disebut juga kajian ilmu komunikasi, karena teori *Niche* berusaha untuk menjelaskan tentang bagaimana media bersaing dan hidup berdampingan dalam lingkungan sumber daya terbatas. Ketika anggota populasi sama (misalnya, kelompok media serupa yang terdiri dari atribut umum) mencari sumber daya yang sama untuk mendukung kelangsungan hidup, maka terjadilah kompetisi (Dimmick, Feaster, dan Hoplamazian, 2011, h.530). Kompetisi dalam hal ini berhubungan dengan ekologi, dimana akan membingkai pertanyaan mengenai hubungan antara sumber daya dan kapasitas yang dimanfaatkan. Semakin dekat volume sumber daya yang dimanfaatkan, semakin tinggi kompetisi untuk sumber daya tersebut (Richmond, 2000, h.96). Maka bisa dikatakan, industri media yang tergabung dalam populasi yang sama akan menimbulkan persaingan yang kuat. *The theory of the Niche was evolved by ecologists to answer questions concerning how populations compete and coexist on limited resources in an ecological community* (Dimmick & Rothenbuhler, 1984, h.105).

Oleh sebab itu, makhluk hidup bergantung pada sumber penunjang kehidupan yang ada dalam lingkungan sekitarnya sebagai pemeliharaan kelestariannya. Untuk menjaga keberlangsungannya, diperlukan sumber dana yang dijadikan sebagai sumber penunjang kehidupan industri media massa, meliputi: (1) Modal/*capital*, seperti pemasukan iklan, iuran berlangganan, uang penjualan; (2) Jenis isi media/*types of content*, seperti sinetron, kuis, informasi; (3) Jenis khalayak



sasaran/types of *audience* seperti jenis kelamin, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, kelompok usia, perkotaan, perdesaan (Mudjiyanto, 2017, h.119). Dengan demikian kompetisi antar media massa pada dasarnya adalah kompetisi untuk memperebutkan ketiga sumber daya tersebut. Namun kenyataannya, jumlah sumber penunjang kehidupan yang ada memang terbatas sehingga persaingan tidak dapat dihindari. Persaingan ini tidak akan selalu berjalan dalam keadaan berimbang. Pada waktu tertentu satu pihak lebih kuat dibandingkan dengan pihak lainnya sehingga proporsi sumber penunjang kehidupan yang diperolehnya pun lebih besar (Sendjaja, 1993, h.122).

Yudiningrum menyatakan dalam hal kompetisi industri media melalui aplikasi teori *niche* terdapat dua konsep sentral yang bisa dijadikan patokan, yaitu *Niche breadth* dan *Niche overlap* (Yudiningrum, 2010, h.4). Kedua konsep ini dijelaskan oleh Dimmick (Dimmick & Rothenbuhler, 1984, h.10 ) bahwa *Niche breadth* adalah sebagai berikut: “*Breadth is distancethrough a niche among a particular axis or dimension*”. Dalam penelitian ini, konsep *Niche breadth* akan digunakan oleh penulis untuk mengetahui besaran tingkat hubungan diantara suatu populasi. Seperti yang dijelaskan oleh Yudiningrum (2010, h.5), *Niche breadth* menunjukkan suatu tingkat hubungan antara suatu populasi/makhluk hidup dengan sumber-sumber penunjangnya dalam suatu komunitas.

Selanjutnya, yang dimaksud dengan *Niche overlap* adalah “*the degree to which two population depend on the same resource*” (Dimmick & Rothenbuhler, 1984, h.106). *Niche overlap* dalam konteks penelitian ini untuk membandingkan dua media massa dari segi populasi yang mereka gunakan sebagai keberlangsungan

hidupnya. Yudiningrum (2010, h.5) menjelaskan bahwa *Niche overlap* menunjukkan derajat persamaan ekologis atau kompetisi antara dua populasi dalam memperebutkan satu sumber penunjang yang sama. Sehingga nantinya, *Niche overlap* akan dijadikan dasar penulis untuk menemukan tingkat persaingan diantara kedua media yang akan diteliti.

Melalui penelitian ini, peneliti akan mengaplikasikan teori *niche* untuk mengukur tingkat kompetisi berdasarkan sumber penunjang kehidupan media yang terjadi di antara dua situs berita online, yang memfokuskan pada isi konten berita yang disajikan (*types of content*). Penelitian ini akan menarik, karena peneliti akan mencoba membandingkan sumber kehidupan dari segi keberagaman tema berita yang ditampilkan oleh kedua situs berita online yang sama-sama memiliki tingkat popularitas tinggi. Metode yang akan digunakan adalah analisis isi, dimana tema dari konten berita yang ada akan dianalisis dan untuk mengetahui tingkat persaingan diantara kedua media ini akan diaplikasikan teori *niche*. Teori ini digunakan untuk mengetahui bagaimana media mempertahankan kelangsungan hidup, karena suatu industri media massa membutuhkan sumber penunjang kehidupan dari lingkungan sekitarnya (*niche breadth*). Bila sumber penunjang kehidupan yang diperlukan ini sama dan jumlahnya terbatas, maka akan terjadi persaingan antar media massa lainnya (*niche overlap*) (Kriyantono, 2006, h.276).

Peneliti akan mengambil data dari dua situs berita online lokal yang berada di Kota Malang, dimana subjek yang dipilih merupakan media online yang kredibel dan memiliki orisinalitas dari berita yang diproduksi serta ditampilkan di website masing-masing media tersebut. Total jumlah situs berita online yang ada di Kota

Malang diperkirakan terdapat 11 media yang terdaftar di Dewan Pers. Dari kesebelas media ini terdapat beberapa situs yang memiliki status faktual dan terdaftar administrasi, terdaftar administrasi., dan belum terdaftar secara administrasi. Sehingga dari keseluruhan situs ini peneliti akan memilih berdasarkan pertimbangan sesuai data di lapangan dan keterbatasan peneliti dalam melakukan pengambilan data.

Dari seluruh situs berita online yang berada di Kota Malang, peneliti menentukan 2 situs berita online yang merupakan situs berita online lokal yang terdaftar secara resmi di Dewan Pers dan sudah terverifikasi serta terdaftar administrasi pada situs Dewan Pers. Kedua situs tersebut adalah Malangvoice.com dan Malangtoday.net yang memiliki jumlah pengakses (*traffic*) yang cukup signifikan. Berdasarkan data, tercatat bahwa situs Malangvoice.com menduduki peringkat ke 385,833 di dunia, sedangkan Malangtoday.net berada di peringkat 311,914 berdasarkan data yang diakses pada situs analisa *traffic data* website [www.semrush.com](http://www.semrush.com) (Traffic Analytics, 2017). Peneliti juga menemukan data yang ada di lapangan bahwa, kedua situs ini memiliki orisinalitas dalam menghasilkan kontennya karena kedua situs ini, Malangvoice.com dan Malangtoday.net dapat memproduksi konten beritanya secara berkala dan selalu terbaru (*update*). Hal ini menunjukkan bahwa kedua situs ini dipercaya dan memiliki popularitas di kalangan masyarakat sehingga kedua situs ini menarik untuk diteliti dan dijadikan sebagai indikator media online lokal di Kota Malang untuk dijadikan sebagai subjek penelitian.

Untuk mendukung teori yang ada sesuai tujuan penelitian ini, peneliti telah mengumpulkan berbagai jurnal penelitian yang menggunakan teori *niche* untuk mengukur tingkat kompetisi yang terjadi di antara suatu media massa telah dilakukan di berbagai daerah di Indonesia. Herawati & Budi (2007), mengaplikasikan teori *Niche* dalam mengukur tingkat kompetisi program acara radio siaran di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada penelitiannya, Herawati & Budi (2007) mengidentifikasi apakah stasiun radio di Yogyakarta berkompetisi dalam memperebutkan sumber penunjangnya, dalam hal ini adalah program acara yang dimiliki dari stasiun radio yang menjadi subjek penelitiannya.

Hasil penelitian yang dilakukan Herawati & Budi (2007) menunjukkan bahwa berdasarkan analisis terhadap nilai *niche breadth*, stasiun radio yang menjadi subjek penelitian cenderung berada dalam dua kategori, yaitu radio yang cenderung spesialis dan radio yang cenderung moderat, tidak ada yang termasuk dalam kategori generalis. Artinya, berdasarkan pada fokus penelitian apabila spesialis dapat diperoleh gambaran bahwa stasiun radio di Yogyakarta cenderung memiliki genre musik yang berbeda karena ditujukan pada segmen audiens yang berbeda. Berdasarkan analisis terhadap nilai *niche overlap*, radio-radio tersebut mempunyai angka persaingan yang sangat tinggi atau sangat kuat minimal dengan tiga stasiun radio. Dapat disimpulkan bahwa radio-radio di Yogyakarta yang menjadi subjek penelitian tersebut saling berkompetisi dalam memperebutkan sumber penunjang kehidupannya.

Penelitian yang mengaplikasikan teori *Niche* dalam mengukur tingkat kompetisi media juga dilakukan oleh Septiana (2013). Dalam penelitiannya,

Septiana meneliti persaingan antar surat kabar harian di kota Solo. Teori *Niche* digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kompetisi yang terjadi antar industri surat kabar pada harian Solo Pos dan Joglosemar dalam rubrik berita dan sirkulasi berita berdasarkan ketergantungan sumber penunjang kehidupan (*niche breadth*) dan tumpangtindih (*niche overlap*) pada periode Januari 2013.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Septiana (2013), menunjukkan bahwa berdasarkan kategori rubrik berita, tingkat *niche breadth* antara surat kabar harian Solo Pos dan Joglosemar cenderung generalis yang artinya kedua surat kabar harian tidak hanya bergantung pada satu kategori rubrik berita. Selanjutnya, bila dilihat *niche breadth* dari segi sirkulasi berita, surat kabar harian Solo Pos cenderung generalis dimana surat kabar harian ini tidak hanya menyajikan berita lokal saja namun berita regional, nasional, dan internasional disajikan secara berimbang. Sedangkan surat kabar harian Joglosemar, cenderung spesialis yang artinya surat kabar ini tidak hanya menyajikan berita regional, nasional, dan internasional akan tetapi berita lokal menempati posisi yang sangat tinggi. Untuk analisis *niche overlap*, yang diperoleh berdasarkan kategori rubrik berita menunjukkan bahwa derajat ketumpangtindihan atau persaingan yang terjadi pada surat kabar harian Solopos dan Joglosemar adalah sangat tinggi karena mendekati nol. Artinya, kedua surat kabar harian ini bersaing ketat dalam memperebutkan sumber penunjang kehidupannya, yaitu rubrik berita olahraga dan ekonomi sebagai sajian berita utamanya. *Niche overlap* yang diperoleh berdasarkan kategori sirkulasi berita menunjukkan bahwa derajat ketumpangtindihan atau persaingan yang terjadi pada surat kabar harian Solopos dan Joglosemar adalah sangat tinggi karena mendekati



angka nol. Artinya, kedua surat kabar harian ini bersaing ketat dalam memperebutkan sumber penunjang kehidupannya yaitu berita lokal sebagai sajian berita utamanya dan juga regional, nasional, dan internasional.

Pada penelitian lainnya yang dilakukan oleh Arnold (2005), teori *niche* digunakan untuk mengetahui tingkat persaingan portal berita. Pada penelitiannya subjek yang digunakan sebanyak 4 portal berita yang memiliki media konvensional juga, yaitu [kompas.com](http://kompas.com), [detik.com](http://detik.com), [sctv.com](http://sctv.com), dan [tempointeraktif.com](http://tempointeraktif.com). Dari pengaplikasian teori *niche*, ditemukan data bahwa pada *niche breadth* memperlihatkan empat portal berita menghasilkan angka generalis pada ketiga portal berita kecuali [tempointeraktif.com](http://tempointeraktif.com) yang memperlihatkan hasil moderat. Kondisi ini berarti menunjukkan tidak ada spesialisasi dari isi informasi yang diberikan kepada masyarakat penggunaanya atau bisa dikatakan mereka memiliki banyak tema dalam penyajian kontennya. Sedangkan, pada [tempointeraktif](http://tempointeraktif.com) bersifat moderat dengan melakukan spesialisasi pada isu berita sosial, budaya, dan pendidikan. Pada analisa *niche overlap*, angka yang ditunjukkan dari keempat portal berita tersebut mendekati angka 0 (nol), maka bisa dikatakan terjadi persaingan yang sangat ketat. Kondisi ini memperlihatkan bahwa terjadi perebutan sumber makanan yang sama.

Dari beberapa penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri suatu populasi terjadi kompetisi adalah karena adanya persamaan dalam memperebutkan sumber penunjang hidupnya. Sumber penunjang yang diperebutkan adalah isi dari program siaran atau konten berita dari masing-masing subjek yang diteliti. Meskipun fokus subjek pada penelitian tersebut berbeda-beda, namun penggunaan



teori *niche* untuk menemukan tingkat persaingan diantara suatu media dapat menghasilkan data yang diinginkan.

Mengacu pada fungsi teori *niche* dari beberapa jurnal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan kajian penelitian tentang pengaplikasian teori *niche* pada media online. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian lainnya, yaitu peneliti berasumsi bahwa kajian untuk situs berita online yang menampilkan konten lokal dari situs berita online lokal menarik dilakukan karena di era digital ini media online memiliki kedudukan yang tinggi sebagai media yang diakses oleh masyarakat dalam mencari informasi terutama yang terjadi di lingkungan sekitarnya karna adanya unsur kedekatan (*proximity*). Sehingga fokus utama dalam penelitian ini, yaitu peneliti ingin membuktikan apakah terdapat kompetisi antar media online dalam hal memperebutkan sumber penunjangnya yang dapat diukur menggunakan teori *niche* terutama untuk situs berita online lokal.

Jika ditemukan kompetisi yang ketat di antara suatu media massa, maka akan meningkatkan kualitas dari media massa tersebut. Pada media massa yang berkompetisi, masing-masing media mengharapkan medianya dapat menjadi yang terunggul dibanding media lainnya, sehingga secara tidak langsung mereka akan berupaya untuk meningkatkan kualitas dari sajian konten yang dihadirkan. Semakin baik konten (*types of content*) yang diberikan, maka semakin menarik perhatian *audience* dikarenakan *audience* merupakan salah satu sumber penunjang kehidupan dalam media massa.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat *niche breadth* atau ketergantungan terhadap suatu tema pada konten lokal Kota Malang yang dimuat di situs berita online Malangtoday.net dan Malangvoice.com menggunakan aplikasi rumus *niche breadth*?
2. Bagaimana tingkat *niche overlap* atau persaingan antar situs berita online berdasarkan tema berita melalui konten berita lokal Kota Malang yang dimuat di situs berita online Malangtoday.net dan Malangvoice.com menggunakan aplikasi rumus *niche overlap*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana tingkat *niche breadth* atau ketergantungan pada suatu tema berdasarkan konten berita lokal Kota Malang yang dimuat oleh situs berita online Malangtoday.net dan Malangvoice.com melalui aplikasi rumus *niche breadth*.
2. Untuk mengetahui bagaimana tingkat *niche overlap* atau persaingan antar situs berdasarkan tema konten berita lokal Kota Malang yang dimuat oleh situs berita online Malangtoday.net dan Malangvoice.com melalui aplikasi rumus *niche overlap*.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan gambaran mengenai pengaplikasian atau penggunaan teori *niche* dalam mengukur tingkat persaingan antar media massa, khususnya situs berita online yang ada di Kota Malang. Agar manfaat ini dapat dirasakan secara nyata, penelitian ini diharapkan dapat disebarluaskan melalui publikasi ilmiah, seperti jurnal ilmiah ataupun pempublikasian lainnya.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

Melalui penelitian tentang pengaplikasian teori *Niche* yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini, maka diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi kedua situs berita online yang menjadi subjek penelitian ini agar dapat mengetahui apakah antar situs berita online yang berada di Kota Malang ini saling berkompetisi dalam tema berita yang dimuat dalam website mereka dan untuk mengetahui seberapa besar tingkat persaingan pada kedua situs berita online tersebut.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Aplikasi Teori *Niche* Untuk Mengukur Kompetisi Media

Teori Niche bukanlah teori yang baru, teori ini sudah dikembangkan sejak tahun 1960-an oleh para ahli ekologi seperti Levins dkk. (Herawati & Budi, 2007, h.113). Senjaja menjelaskan bahwa, *Niche* diartikan sebagai relung atau ruang kehidupan. Fokus pembahasannya adalah mengenai proses, ciri-ciri, hubungan, dan interaksi antar populasi dalam upaya mempertahankan kehidupannya (Sendjaja, 1993, h.121). Untuk pengaplikasian teori *niche* ini sendiri, Dimmick dan Rohtenbuhler dalam Herawati telah mencoba menganalogikan fenomena kompetisi antar industri media sebagai suatu proses ekologis (Herawati & Budi, 2007, h.113).

Dalam bidang ilmu komunikasi, perkembangan studi riset kajian bidang komunikasi massa tersebut terlihat pula dalam pembahasan mengenai ekologi media ini (Aan, 2013, h.91). Di dalam ekologi media, media massa dipandang dan diposisikan sebagai wujud makhluk hidup, yang di dalam kehidupannya membutuhkan berbagai sarana penunjang kehidupan, sebagaimana penunjang kehidupan makhluk hidup di dalam habitat dan ekologinya. Dengan jalinan hubungan ekologis tersebut media massa akan senantiasa terus berbuat sesuai dengan keinginan dan kebutuhan khayalak, sedangkan khalayak juga akan mengkonsumsi produk-produk media massa, sehingga kelangsungan hidup media massa akan terpelihara (Aan, 2013, h.93)

Menurut Neil Postman (dalam Salas, 2007) ekologi media melihat ke dalam masalah bagaimana media komunikasi mempengaruhi persepsi manusia, pemahaman, perasaan, nilai, dan bagaimana interaksi kita dengan media yang memfasilitasi atau menghambat peluang kita bertahan hidup. Pandangan bahwa media massa sebagai makhluk hidup yang berada di dalam suatu komunitasnya membawa konsekuensi bahwa kajian studi riset media massa ini menjadi lebih bersifat makro. Artinya, bahwa keberadaan suatu media massa menjadi sangat terkait dengan berbagai faktor yang ada di dalam ekosistemnya, baik sesama makhluk (antar-populasi atau antar-spesies) maupun dengan sarana sumber-sumber penunjang kehidupannya (Aan, 2013, h.92). Maka dari hal ini, persoalannya adalah jika sumber makanan yang ada di lingkungan tersebut terbatas sementara makhluk hidup yang menggantungkan dirinya kepada sumber tersebut semakin banyak maka faktor kompetisi tidak terelakkan.

Pada studi komunikasi media *niche*, digambarkan pada sumber penunjang sebagai pendukung keberadaan sebuah media (Dimmick et al., 2011, h.127). Media yang berkompetisi diibaratkan sebagai makhluk hidup yang mempertahankan hidupnya dalam suatu lingkungan yang sama untuk memperoleh penunjang kehidupannya. Menurut pandangan Dimmick, kompetisi media dapat digambarkan seperti makhluk hidup yang harus mempertahankan hidupnya dalam suatu lingkungan (pasar) (dalam Herawati & Budi, 2007, h.113). Bagaimana mereka bertahan adalah bagaimana media tersebut mampu mencari, mendapatkan, dan merebut sumber makanan yang tersedia dalam lingkungan tersebut. Persoalannya adalah jika sumber makanan yang ada di lingkungan tersebut terbatas, sementara

mahluk hidup yang menggantungkan dirinya kepada sumber tersebut semakin banyak maka faktor kompetisi tak terelakkan. Kompetisi terjadi setidaknya pada dua level, yaitu kompetisi antar populasi media dan kompetisi antar anggota populasi tersebut (Herawati & Budi, 2007, h.113)

Teori ini memiliki konsep keruangan yang dijelaskan pada tiga istilah yaitu, *niche dimension*, *niche breadth*, dan *niche overlap* (Dimmick, 2003, h.25). Untuk konsep pertama, penggambaran *niche dimension* atau dimensi *niche* di pecah menjadi 3 bagian, yaitu *space*, dijelaskan sebagai ruang yang digunakan untuk berkembang, seperti menjelaskan batas geografi, minimal sebagai tanah untuk membangun gedung, *resources dimension* atau dimensi sumber penunjang yang digunakan populasi sebagai bentuk untuk mempertahankan diri (Dimmick, 2003, h.29). Bagi organisasi media dan industri, sumber penunjang merupakan sumber untuk tetap ada dan hidup dalam ruang dan waktu. Sumber penunjang ini, seperti iklan, pembelanjaan konsumen, kebutuhan pada rasa puas, peluang kepuasan, waktu yang dihabiskan dengan media, dan konten media (Dimmick, 2003, h.37).

Bagian kedua dan ketiga dari *niche dimensions* adalah *macrodimensions* dan *microdimensions*, menurut Slobodchikoff dan Schulz, *macrodimensions* menunjukkan *resources dimensions* dalam cakupan wilayah dan sumber penunjang yang lebih besar, sedangkan *microdimensions* menunjukkan subdivisi *resources dimensions* atau percabangan dari cakupan wilayah dan sumber penunjang (Dimmick, 2003, h.36).



Konsep keruangan kedua adalah *niche breadth*, yaitu mengukur area *niche* terutama yang berhubungan dengan *resource dimension* seperti iklan, pembelanjaan konsumen, kebutuhan pada rasa puas, peluang kepuasan, waktu yang dihabiskan dengan media, dan konten media (Dimmick, 2003, h.37). *Niche breadth* memiliki dua interpretasi ketergantungan, yaitu *specialism* dan *generalism*. *Specialism* diartikan sebagai populasi media yang berhubungan dengan area *niche* yang sempit, yang berarti media tersebut memiliki ketergantungan pada suatu sumber penunjang tersebut. Sedangkan *generalism* berhubungan dengan area *niche* yang lebar, yang berarti media tersebut memiliki ketergantungan pada beberapa atau bahkan tidak mengalami ketergantungan pada satu sumber penunjang saja (Dimmick, 2003, h.37).

Konsep ruang *niche* yang ketiga adalah *niche overlap*, yang mengukur tumpang tindih antar dua populasi pada lingkungan yang sama, semisal televisi A dengan televisi B dengan sumber penunjang yang sama atau populasi yang hidup di lingkungan yang sama dengan sumber penunjang yang berbeda (Dimmick, 2003, h.37). Hasil *niche overlap* ditunjukkan, jika tumpang tindih tinggi pada lingkungan serupa maka terjadi kompetisi yang kuat. Sebaliknya, jika tumpang tindih rendah menunjukkan bahwa media tersebut memiliki kebutuhan yang berbeda antara media yang satu dengan media lainnya atau media ini, melayani kebutuhan yang berbeda.

Pada penelitian ini, fokus utama yang akan peneliti teliti adalah kompetisi dalam memperebutkan sumber penunjang kehidupan dalam hal konten media (*types of contents*) pada media massa, yaitu pada situs berita online. Konten media dalam

hal ini adalah tema berita dari sub konten Kota Malang yang dimiliki oleh situs Malangvoice.com dan Malangtoday.net. Peneliti akan berfokus pada tema-tema berita yang disajikan dalam situs berita online yang menjadi penunjang hidup dalam media online tersebut. Oleh karena itu, peneliti akan mengaplikasikan teori *niche* untuk mengukur seberapa besar tingkat kompetisi antar media online lokal tersebut.

Aplikasi teori *niche* dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menghitung besaran *niche breadth* dan *niche overlap* dari kedua media online tersebut. Nantinya, hasil dari penelitian ini akan ditarik kesimpulan berdasarkan besaran nilai *niche breadth* dan *niche overlap* yang menggunakan rumus *niche breadth* dan *niche overlap* dengan memasukkan data nominal yang didapat dari kedua situs berita online tersebut. Setelah didapat angka dari perhitungan rumus ini dari kedua subjek, akan diketahui apakah kedua media tersebut berkompetisi dalam memperoleh sumber penunjang hidupnya atau tidak.

Untuk mengukur *niche breadth* dan *niche overlap*, akan digunakan rumus sesuai yang dipaparkan oleh Dimmick (Dimmick & Rothenbuhler, 1984, h.110):

$$\text{Niche breadth: } B = \frac{1}{\sum_{i=1}^n p_i^2}$$

Keterangan:

- $p_i$ : Proporsi dari total penggunaan setiap kategori sumber  $i$  yang digunakan oleh populasi  $B$ .
- $B$ : Populasi (dalam hal ini situs berita online)
- $i$ : Kategori sumber (dalam hal ini jenis tema berita)

Berdasarkan rumusan *niche breadth* di atas maka,  $p_i$  berisi proporsi total konten berita yang digunakan, seperti frekuensi tema berita. Sedangkan  $B$ , adalah nama berita media online yang mengkonsumsi kategori sumber penunjang yang dilihat dari frekuensi tema berita. Sedangkan  $i$ , merupakan nama kategori yang dilihat dari frekuensi tema berita.

$$\text{Niche overlap: } D_{i,j} = \sum_{b=1}^n (p_{ib} - p_{jb})^2$$

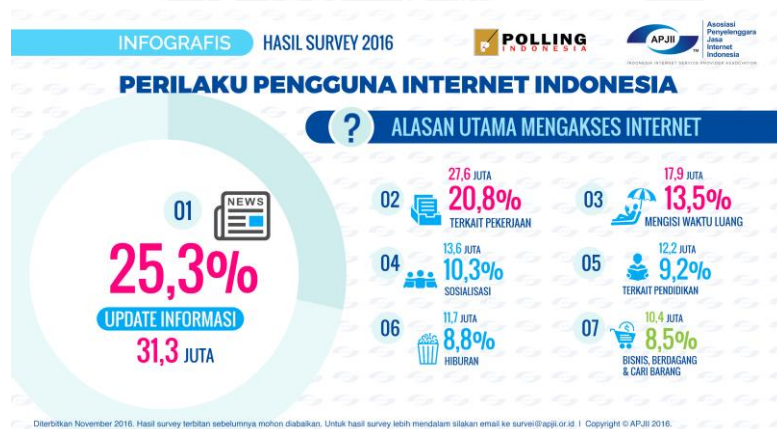
Keterangan:

- $D_{i,j}$ : jarak antara populasi/makhluk hidup  $i$  dan  $j$
- $p_i$ : proporsi sumber penunjang yang dipergunakan oleh kedua populasi makhluk hidup.
- $h$ : menggambarkan *resource microdimension* yang digunakan oleh populasi

Melihat rumusan *niche overlap* di atas maka,  $p_i$  selisih proporsi sumber penunjang atau makanan dari situs berita A ke situs B, dimana nama situs berita A dan B dibaca pada keterangan huruf  $h$ . Sedangkan  $d_{i,j}$ , merupakan hasil dari selisih proporsi sumber penunjang dari kedua situs berita tersebut. Jika hasil perhitungan *niche overlap* antara dua populasi semakin dekat nol, maka dikatakan antara dua populasi itu telah terjadi persaingan yang semakin tinggi. Misalnya, tema berita yang disajikan antara Malangtoday.net dan Malangvoice.com memiliki *niche overlap* mendekati angka nol, maka kedua media online ini dikatakan seimbang dalam pemuatan tema beritanya, sehingga dapat disimpulkan kedua situs berita online ini bersaing ketat.

## 2.2 Situs Berita Online sebagai produk New Media

Melihat perkembangan internet saat ini, masyarakat dunia termasuk Indonesia telah berada dalam sebuah era yang selalu terhubung dengan komunikasi dan informasi. Kemajuan teknologi telah memberikan sumber (*resources*) informasi dan komunikasi yang amat luas yang dimiliki manusia. Berdasarkan survey dari APJII (Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia) ditemukan data bahwa dari total 256,2 juta orang, terdapat 132,7 juta yang telah menggunakan internet dan dari angka tersebut ditemukan angka tertinggi sebanyak 25,3% nya atau sekitar 31,3 juta pengguna internet untuk update informasi (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2016).



Gambar 1. Perilaku Pengguna Internet di Indonesia  
Sumber: APJII, 2016

Dari data tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa masyarakat Indonesia semakin sadar dan tertarik terhadap perkembangan teknologi untuk menggunakan internet dalam mengakses kebutuhan informasi melalui internet di media online.

Situs berita online yang memanfaatkan internet sebagai bentuk dari produk *new media*, telah mempermudah kita untuk mendapatkan informasi yang

diinginkan. Hal ini dibuktikan dengan tujuh kelebihan yang dari *new media*, di antaranya yaitu untuk memperoleh *audience*, mengontrol informasi yang diinginkan, fleksibel dalam penyajian karena tidak perlu dibaca berurutan, dapat diakses kembali karena sudah pasti tersimpan, memiliki ruang penyajian yang tak terikat kolom atau baris sehingga dapat disajikan lebih lengkap, dapat disampaikan secara cepat dan langsung kepada audiens, mampu menyajikan dalam bentuk teks, suara, gambar, video, dan komponen lainnya bersamaan kepada audiens, serta memungkinkan adanya interaksi langsung dengan audiens (Hall, 2005, h.210).

*New media* memiliki karakteristik yang berbeda, sebagai salah satu keunggulan jika dibandingkan dengan media konvensional (cetak dan elektronik). Romli (2012, h.11) mengungkapkan apa saja yang menjadi karakteristik media online, yaitu:

1. Multimedia, menyajikan berita atau informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis, dan gambar.
2. Aktualisasi, memuat informasi yang aktual dengan penyajian yang cepat
3. Cepat, informasi yang dipublikasikan langsung dapat diakses semua orang.
4. *Update*, pembaruan (*updating*) informasi dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional, misalnya kesalahan ketik/ejaan.
5. Kapasitas luas, halaman web mampu memuat naskah informasi dengan sangat panjang tanpa adanya batasan.
6. Fleksibilitas, pemuatan dan *editing* naskah berita dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja, serta publikasi yang dapat dilakukan setiap saat.

7. Luas, memiliki jangkauan luas dan bisa menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet
8. Interaktif, terdapat fasilitas kolom komentar dan chat room untuk berinteraksi
9. Terdokumentasi, berita atau informasi yang dipublikasikan tersimpan di “bank data” dan dapat ditemukan ketika diperlukan
10. *Hyperlinked*, berita yang dipublikasikan terhubung dengan sumber lain (*links*) yang terkait dengan informasi tersaji.

*New Media* memiliki kecepatan untuk melakukan sebuah interaksi yang lebih efisien, murah, dan lebih cepat dalam memuat sebuah informasi terbaru dan ter-update. Seiring perkembangan *new media* atau media online ini tentunya terdapat regulasi di masing-masing negara dimana untuk mengatur kewajiban serta hak kebebasan pers. Dalam hal ini tentunya media online harus berpegang teguh pada kode etik jurnalistik dan juga pedoman media siber. Dimana dalam hal ini, telah ditentukan bahwa sesungguhnya salah satu perwujudan kemerdekaan Negara Republik Indonesia adalah kemerdekaan mengeluarkan pikiran dengan lisan dan tulisan sebagaimana diamanatkan oleh pasal 28 Undang-Undang Dasar 1945. Oleh sebab itu kemerdekaan pers wajib dihormati oleh semua pihak (Kode etik jurnalistik, 2013).

Sebagai salah satu produk media, *new media* atau media siber memiliki karakter khusus sehingga memerlukan pedoman agar pengelolaannya dapat dilaksanakan secara profesional, memenuhi fungsi, hak, dan kewajibannya sesuai Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik.



Untuk itu dewan pers bersama organisasi pers, pengelola media siber, dan masyarakat menyusun pedoman pemberitaan siber yang mengatur institusi media online dimana terdapat 9 poin, yaitu ruang lingkup; visi dan keberimbangan berita; isi buatan pengguna; ralat, koreksi, dan hak jawab; pencabutan berita; iklan; hak cipta; pencantuman pedoman; dan sengketa (Pedoman Media Siber, 2013). Sehingga, perkembangan *new media* ini dapat memberikan hal yang positif bagi masyarakat.

Berdasarkan penjelasan ini, maka media online telah menjadi salah satu sumber informasi masyarakat yang bisa dipercaya. Melalui konsep *new media* ini, peneliti akan menganalisa situs berita online, karena situs berita online berada dalam konsep *new media* dengan dasar kode etik jurnalistik dan juga pedoman media siber yang nantinya akan berperan sebagai panduan dalam meneliti media online khususnya situs berita online Malangtoday.net dan Malangvoice.com.

### **2.3 Jurnalisme dalam Berita Online**

Barus menjelaskan bahwa berita merupakan suatu produk konten yang menduduki posisi utama dalam dunia jurnalistik (dalam Herawati & Budi, 2007, h.21). Dalam pengertian lainnya, Budyatna (dalam Septiana, 2013, h.40) menjelaskan bahwa berita merupakan informasi aktual tentang fakta-fakta dan opini yang menarik perhatian orang. Sedangkan, istilah jurnalisme dalam berita online mulai muncul sebagai dampak dari adanya konvergensi media dari cetak ke digital. Dan dalam penjelasan lainnya, menurut Sumadiria (2005, h.3) definisi jurnalistik adalah suatu kegiatan yang menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah,

menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media secara berkala kepada khayalak luas dan dalam waktu secepat-cepatnya. Pengertian online dalam hal ini, merupakan sebuah istilah umum yang digunakan untuk menggambarkan akses informasi digital yang meliputi penerimaan dan penyebaran informasi, salah satunya adalah website atau situs (Ward, 1995, h.9).

Berdasarkan dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa, jurnalisme online merupakan sebuah kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media online internet salah satunya situs berita online. Media online ini memiliki bentuk dan ciri yang berbeda dengan media cetak atau media konvensional lainnya, namun keduanya diwajibkan untuk menghasilkan sebuah informasi yang akurat dan berbimbang tanpa memihak.

Paul Bradshaw mengungkapkan, terdapat lima prinsip dasar jurnalistik online dalam jurnalisme online yang disingkat B-A-S-I-C (*Brevity, Adaptability, Scannability, Interactivity, Community and Conversation*) (dalam Romli, 2012, h.13) Berikut penjelasan dari 5 prinsip tersebut:

1. Keringkasan (*Brevity*). Berita online dituntut memiliki sifat yang ringkas agar sesuai dengan kehidupan manusia dan untuk menyesuaikan tingkat kesibukannya yang semakin tinggi. Pembaca memiliki sedikit waktu untuk membaca dan ingin segera mengetahui informasi apa yang mereka baca.
2. Kemampuan beradaptasi (*Adaptability*). Jurnalis online dituntut untuk dapat menyesuaikan diri dengan kebutuhan dan preferensi public. Adanya

kemajuan teknologi ini membuat jurnalis dapat menyajikan berita dengan berbagai format sekaligus, mulai dari teks, audio, video, gambar, dan lain-lain dalam satu berita.

3. Dapat dipindai (*Scannability*). Situs jurnalistik online memiliki sifat, yaitu dapat dipindai, untuk memudahkan pembaca. Hal ini ditujukan agar pembaca dapat memilih berita yang ingin dibaca tanpa merasa terpaksa membaca informasi atau berita yang kurang diminati.
4. Interaktivitas (*Interativity*). Situs jurnalistik online membuka kemungkinan akses untuk adanya komunikasi dari publik kepada jurnalis. Pembaca atau *viewer* juga dapat dipersilahkan untuk menjadi pengguna (*user*). Hal ini dikarenakan pembaca merasa dirinya dilibatkan, sehingga pembaca akan merasa semakin dihargai dan senang membaca berita yang ditawarkan.
5. Komunitas dan Percakapan (*Community* dan *Conversation*). Situs media online ini memiliki peran yang lebih besar daripada media cetak atau media konvensional lainnya, sebab media online dapat menjadi penjaring komunitas. Hal ini tentu akan memudahkan jurnalis online untuk memberikan timbal balik kepada publik sebagai bentuk balasan atas interaksi yang dilakukan oleh publik.

Kelima prinsip di atas memberikan penjelasan terkait perbedaan utama jurnalistik online dengan jurnalistik konvensional, yang juga dikenal dengan media cetak, radio, atau televisi. Perbedaan tersebut, yakni terdapat pada kecepatan, kemudahan akses, dapat di *update*, dan adanya interaksi langsung dengan pembaca.

Selain itu, jurnalisme online juga tidak memiliki tenggat waktu (*deadline*) yang biasanya terdapat pada media cetak atau media konvensional lainnya.

Jurnalistik online yang dapat dicirikan sebagai praktik jurnalistik yang mampu memberikan beragam format multimedia untuk menyusun isi liputan dapat memungkinkan terjadinya interaksi antara jurnalis dengan audiens sekaligus mampu menghubungkan berbagai elemen berita dengan sumber-sumber online yang lainnya. Kemampuan interaktivitas jurnalistik online ini dianggap mampu menghapus tradisi lama jurnalistik, yang menyatakan bahwa kebenaran faktual terletak pada praktik jurnalistik. Karena dalam tradisi tersebut, hanya jurnalis yang tahu dan memutuskan informasi apa yang dibutuhkan oleh khayalak.

Richard Craig (dalam Romli, 2012, h.18) mengatakan bahwa media online memiliki keunggulan karakteristik yang tidak dimiliki oleh media konvensional, yaitu:

1. Pembaca dapat menggunakan link untuk menawarkan pengguna untuk membaca lebih lanjut pada setiap berita
2. Pembaca dapat memperbarui berita secara langsung dan teratur.
3. Informasi di media online sangatlah luas
4. Tersedianya penambahan suara, video, dan konten online yang tidak dimiliki media cetak.
5. Dapat menyimpan arsip online dari jaman ke jaman.

Dengan adanya karakteristik tersebut, maka berita online dapat melengkapi berita yang dipublikasikan dengan menggunakan foto, atau audio-video agar dapat

menjadi sumber informasi yang lebih kompleks. Selain itu, munculnya media online ini membuat publik tidak perlu lagi bergantung pada salah satu media saja.

## 2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan untuk meninjau kembali penelitian tentang masalah yang berkaitan. Pada penelitian ini, penulis akan memaparkan beberapa penelitian terdahulu yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian ini. Dengan demikian, penulis akan mengetahui hal-hal apa saja yang sebelumnya telah diteliti, agar tidak terjadi kesalahan ataupun pengulangan penelitian.

Pada penelitian terdahulu yang pertama, dilakukan oleh F. Anita Herawati dan Setio Budi HH (2007) berjudul “Ekologi Media Radio Siaran di Yogyakarta: Kajian Teori *Niche* terhadap Program Acara Radio Siaran di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta”. Lalu penelitian kedua, dilakukan oleh Benedictus Arnold S. (2005), berjudul “Aplikasi Teori *Niche* pada Persaingan Portal Berita”. Di penelitian ketiga, yang dilakukan oleh Riska Septiana berjudul “Kajian Teori *Niche* Terhadap Rubrik Berita pada Surat Kabar Harian Solo Pos dan Joglosemar periode Januari 2013”.

Nama Peneliti	Penelitian I	Penelitian II	Penelitian III	Penelitian IV	Penelitian V
	F. Anita Herawati dan Setio Budi HH	Benedictus Arnold S.	Riska Septiana	Rayendra Pradipta	Sri Mulyani
Sumber	Jurnal ILMU KOMUNIKASI Vol. 4, Nomor 2, Desember 2007	Communique Vol.2 No.1, Juli 2005	KomuniTi, Vol. 5, No. 2, September 2013	Skripsi Universitas Airlangga Surabaya	Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Tujuan	Mengukur tingkat persaingan program radio (types of content)	Mengukur tingkat persaingan berita pada portal media online (types of content)	Mengukur tingkat persaingan berdasarkan rubrik berita dan sirkulasi berita (types of content)	Mengukur tingkat persaingan berdasarkan iklan produk (modal)	Mengukur tingkat persaingan pada headline berita (types of audiences)
Metode	Deskriptif Kuantitatif / Analisis Isi	Deskriptif Kuantitatif / Analisis Isi	Deskriptif Kuantitatif / Analisis Isi	Deskriptif Kuantitatif / Analisis Isi	Kuantitatif / Analisis Isi
Hasil dan Kesimpulan	Berdasarkan <i>Niche breadth</i> , radio-radio di Yogyakarta cenderung mengalami ketergantungan kearah spesialisasi dan moderat. Tidak ada yang termasuk kategori generalis. Sedangkan berdasarkan <i>Niche overlap</i> , radio-radio di Yogyakarta memiliki tingkat persaingan yang tinggi minimal dengan tiga stasiun radio.	<i>Niche breadth</i> dari masing-masing portal, menunjukkan dari keempat portal media tersebut tidak ada yang berada pada kisaran spesialis. Hanya terdapat pada tempointeraktif.com yang moderat, dan pada portal lainnya masuk kategori generalis. Sedangkan, <i>Niche overlap</i> dari semua portal yang ada bila disandingkan dengan “head to head”, semua menunjukkan angka mendekati 1. Artinya, dari seluruh portal ini terjadi persaingan sangat ketat.	<i>Niche breadth</i> yang diperoleh berdasarkan kategori rubrik berita menunjukkan bahwa surat kabar harian Solo Pos dan Joglosemar bersifat cenderung generalis. Artinya, kedua surat kabar harian tidak hanya bergantung pada satu kategori rubrik berita. <i>Niche breadth</i> yang diperoleh berdasarkan kategori sirkulasi berita menunjukkan bahwa surat kabar harian Solo Pos bersifat generalis. Artinya, surat kabar harian ini tidak hanya menyajikan berita lokal saja namun berita regional, nasional, dan internasional disajikan secara berimbang. Sedangkan surat kabar harian Joglosemar pada ini menunjukkan sifat spesialis. <i>Niche overlap</i> yang diperoleh berdasarkan kategori rubrik berita menunjukkan bahwa derajat ketumpangtindihan atau persaingan yang terjadi pada surat kabar harian Solo Pos dan Joglosemar adalah sangat tinggi karena mendekati nol. <i>Niche overlap</i> yang diperoleh berdasarkan kategori sirkulasi berita menunjukkan bahwa derajat ketumpangtindihan atau persaingan yang terjadi pada surat kabar harian Solo Pos dan Joglosemar adalah sangat tinggi karena mendekati nol.	<i>Niche breadth</i> iklan produk pada Majalah Cosmo Girl! Dan Seventeen termasuk dalam kategori Generalis. Angka <i>Niche breadth</i> majalah Seventeen lebih besar. Artinya, majalah Seventeen lebih adaptif dalam mencari iklan-iklan guna menunjang kehidupannya. Sedangkan, <i>Niche overlap</i> diantara kedua majalah tersebut dalam memperebutkan iklan produknya menghasilkan angka 0,03. Angka ini mengarah pada 0, yang artinya tingkat persaingan yang terjadi sangat ketat.	<i>Niche breadth</i> yang diperoleh pada headline surat kabar tirubn jogja dan harian jogja periode April-Mei 2015 menunjukkan bahwa surat kabar Tribun Jogja dan Harian Jogja bersifat cenderung generalis. Artinya dalam berkompetisi untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, surat kabar harian lokal Tribun Jogja dan Harian Jogja tidak bergantung pada satu jenis kategori berita sebagai berita utama (headline). Untuk <i>niche overlap</i> pada headline surat kabar harian Tribun Jogja dan Harian Jogja periode April-Me 2015, menunjukkan nilai yang nyaris mendekati nol (0). Hal ini berarti tingkat persaingan kedua surat kabar ini dalam memperebutkan sumber penunjang kehidupan dari segi isi media (type of contents) sangat tinggi.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu  
Sumber: Data olah peneliti



Pada penelitian pertama hingga ketiga memiliki fokus terhadap salah satu sumber penunjang, yaitu isi media (*types of content*) dimana peneliti berusaha menganalisis berita yang ada dan mengkategorikannya kedalam kategori yang telah ditentukan berdasarkan subjek yang diteliti. Hasilnya, nilai dari *niche breadth* dan *niche overlap* dapat menunjukkan tingkat ketergantungan untuk kelangsungan hidup dan persaingan yang terjadi di antara media tersebut.

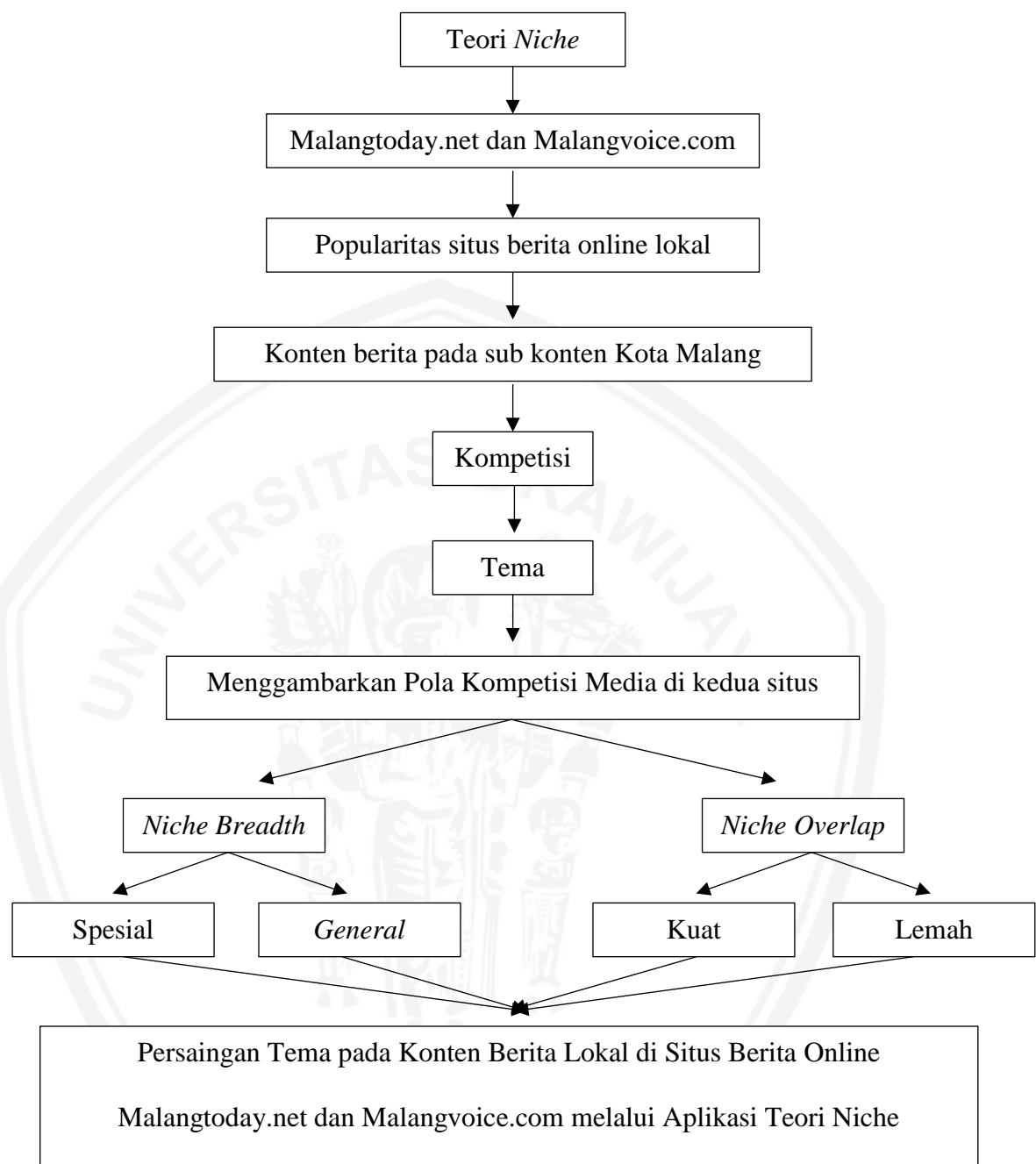
Peneliti juga membandingkan penelitian terdahulu keempat dan kelima yang memiliki keterkaitan dengan tema yang peneliti ingin teliti, namun fokus sumber penunjang kehidupannya yang dikaji berbeda dimana pada penelitian yang keempat ini, Rayendra Pradipta (2005) berfokus kepada sumber penunjang iklan/modal dengan judul penelitiannya “Kompetisi Majalah Remaja Berlisensi Amerika dalam Memperebutkan Iklan (Analisis isi tentang Tingkat Kompetisi dalam Memperebutkan Iklan Produk Beauty, Fashion, dan Food and Drinks pada Majalah Cosmo Girl! Dan Seventeen Selama Tahun 2004 melalui teori *niche*”. Dan pada penelitian kelima, Sri Mulyani (2016) berfokus pada *types of audiences*, dengan judul penelitiannya “Kompetisi Surat Kabar Lokal di Yogyakarta (Analisis dan Aplikasi Teori *Niche* pada Headline Surat Kabar Harian Tribun Jogja dan Harian Jogja”.

## 2.5 Kerangka Pemikiran

Peneliti melihat pertumbuhan industri internet dengan jumlah situs berita yang bermunculan semakin banyak sehingga hal ini menimbulkan persaingan antar situs berita tersebut. Tingginya tingkat persaingan ini mengakibatkan terjadinya persaingan dalam memperebutkan pangsa pasar. Sehingga dalam hal ini, untuk mengetahui persaingan yang terjadi dapat menggunakan pendekatan ekologi media, dimana analisis yang digunakan adalah teori niche. Melalui teori niche, peneliti akan berfokus pada salah satu sumber penghidupan suatu media yaitu tema konten berita (*type of contents*).

Peneliti memilih populasi situs berita online Malangtoday.net dan Malangvoice.com yang memiliki jumlah pengakses dengan angka dinamis dan bisa dikatakan bersaing apabila dilihat dari tingkat jumlah pengaksesnya (*traffic*) pada bulan Agustus 2017 dan Oktober 2017. Pernyataan ini penulis dapatkan melalui dokumentasi yang dilakukan peneliti melalui situs analisa *traffic* website [www.semrush.com](http://www.semrush.com) dimana pada bulan Agustus 2017, situs Malangvoice.com berada pada poin yang lebih tinggi dibandingkan dengan Malangtoday.net dan pada bulan Oktober 2017, terjadi sebaliknya dimana Malangtoday.net lebih tinggi dibandingkan Malangvoice.com. Sehingga penulis berasumsi bahwa kedua situs ini memiliki popularitas yang tinggi di khayalak pembacanya. Selain itu, pemilihan bulan ini dilakukan dengan pertimbangan kedekatan waktu yang dilakukan penelitian sehingga data yang dimiliki terbaru.

Penulis akan mengambil sampel dari konten berita lokal yang terdapat pada sub-menu Kota Malang di masing-masing situs berita online tersebut dalam kurun waktu sebanyak 7 hari pada masing-masing bulan sehingga total sampel yang ada, yaitu 14 hari dari bulan Agustus 2017 dan Oktober 2017. Dari tema konten ini yang disebut sebagai sumber penunjang kehidupan dari isi berita (*types of content*), akan dikategorikan berdasarkan indikator dari seluruh isi berita yang penulis kumpulkan. Setelah itu, akan dianalisis dengan *niche breadth* dan *niche overlap* yang akan didapatkan angka tingkat ketergantungan pada suatu sumber kehidupan yang dapat menunjukkan tingkat persaingan diantara situs berita online Malangtoday.net dan Malangvoice.com berdasarkan tema isi berita (*type of contents*). Teori Niche penulis gunakan sebagai sajian mendalam dari analisis isi karena seperti yang dijelaskan oleh Kriyantono (2006, h.276) bahwa, teori ini digunakan untuk mengetahui bagaimana media mempertahankan kelangsungan hidup, karena suatu industri media massa membutuhkan sumber penunjang kehidupan dari lingkungan sekitarnya (*niche breadth*). Bila sumber penunjang kehidupan yang diperlukan ini sama dan jumlahnya terbatas, maka akan terjadi persaingan antar media massa lainnya (*niche overlap*).



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Sumber: Data olah Peneliti

### BAB III

## METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah untuk memaparkan suatu fenomena, suatu obyek, dan tidak untuk menarik kesimpulan (menguji hipotesis) (Kartono, 1990, h.29). Dalam jenis penelitian ini, peneliti memusatkan diri pada pemecahan masalah-masalah yang ada pada masa sekarang, pada masalah aktual, kemudian data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan dan kemudian dianalisa (Surakhmad, 1982, h.131). Adapun penelitian ini akan menggunakan data-data kuantitatif, sehingga penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif.

Dalam penelitian ini, peneliti berusaha untuk menjawab rumusan masalah dengan mengamati tema pada konten berita yang dimiliki oleh masing-masing media online sebagai sumber penunjang kehidupannya. Peneliti juga menggunakan paradigma positivistik yang menekankan pada hukum perilaku. Penentuan hukum perilaku pada paradigma positivistik, berusaha mempelajari cara kerja sosial dengan menemukan hukum organisasi (Neuman, 2013, h.113). Hukum perilaku organisasi disini adalah mengukur pola tingkat kompetisi antar media online dalam proses mempertahankan diri menggunakan pola *generalism-specialism* di dalam *niche breadth* dan kuat-lemah di dalam *niche overlap*. Sehingga teori *niche* digolongkan sebagai paradigma positivistik, karena teori ini berasumsi bahwa pola perilaku tingkat kompetisi media dapat diprediksi dalam proses mempertahankan

diri diantara lingkungan media itu sendiri, yang dapat dilihat dari pola hukum organisasi yaitu *generalism-spesialism* dalam *niche breadth* dan kuat lemah dalam *niche overlap*. Dalam penelitian ini, paradigma positivistik sangat sesuai dikarenakan hasil analisis data yang ada akan diinterpretasikan menggunakan paradigma ini, karena dalam teori niche penentuan hasil dari *niche breadth* dan *niche overlap* akan dikategorisasi berdasarkan variabel *generalism-spesialism* dan kuat lemah.

Hal ini juga telah dijelaskan oleh Dimmick (dalam Sendjaja, 1993, h.60) bahwa, ada pola hukum organisasi *niche breadth* dan *niche overlap* meliputi general, spesial, kuat, dan lemah. General, ketika media tidak mengalami ketergantungan pada sumber daya, dengan melihat dari hasil angka terbesar dalam *niche breadth*. Spesial, memiliki arti media mengalami ketergantungan pada sumber daya dengan melihat hasil data terkecil dalam *niche breadth*. Kuat, ketika hasil angka mendekati nol dalam *niche overlap* yang mengindikasikan terjadi persaingan kuat. Lemah, ketika hasil angka menjauhi nol dalam *niche overlap* yang mengindikasikan terjadi persaingan yang lemah.

Diharapkan melalui jenis penelitian ini, peneliti bisa melihat seberapa besar ketergantungan situs berita online pada konten tema berita mereka sebagai konten yang dibutuhkan masyarakat untuk mendapatkan informasi. Nantinya untuk mendapatkan data akan digunakan analisis isi pada berita yang ada dan diaplikasikan teori *niche* dalam bentuk *generalism-specialism* dan kuat-lemah yang terlihat dari hasil temuan data.



### 3.2 Metode Penelitian

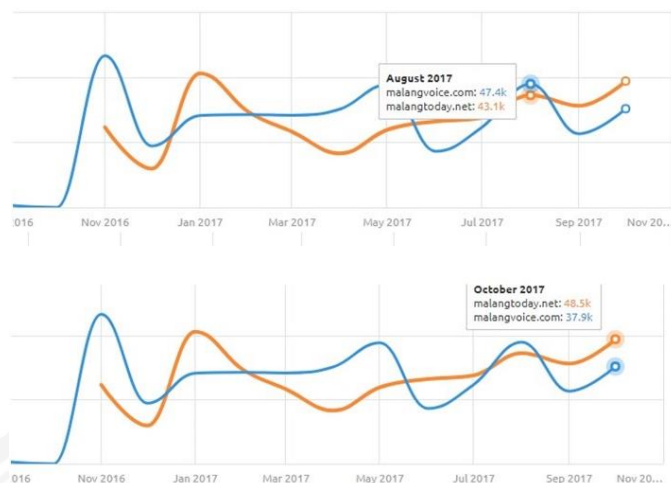
Penelitian ini berdasarkan pada paradigma positivistik, menggunakan metode analisis isi kuantitatif deksriptif dan aplikasi teori *niche* untuk melakukan analisis data. Analisis isi kuantitatif deksriptif digunakan untuk mengukur fakta-fakta yang tidak terbantahkan serta bertujuan untuk melihat keakuratan isi pesan yang digunakan dalam mengukur aspek-aspek tertentu dari suatu isi secara kuantitatif lalu hasil fenomena yang ditemukan akan dipaparkan tanpa harus menarik kesimpulan atau menguji hipotesis (Krippendorff, 2004, h.14).

Peneliti akan menggunakan metode analisis isi sebagai alat untuk mengumpulkan data kuantitatif, di mana data yang akan dianalisis adalah tema berdasarkan isi konten berita dengan perhitungan frekuensi berdasarkan kategori yang telah ditentukan oleh peneliti pada kedua subjek penelitian. Kemudian data tersebut dipergunakan sebagai dasar mengetahui besaran persaingan media melalui aplikasi teori *Niche* (*niche breadth* dan *niche overlap*). Jika dari sumber penunjang yang dimiliki oleh masing-masing media online ini cenderung sama setelah diaplikasikan rumus *niche breadth* serta *niche overlap*, maka akan mengakibatkan persaingan diantara mereka. Kemudian peneliti akan membuat lembar pencatatan (*coding sheet*), langkah ini dilakukan untuk mengumpulkan data yang ada lalu akan dikategorisasi berdasarkan indikator yang telah ditentukan dan nantinya juga akan dilakukan uji validitas serta realibilitas oleh koder agar data yang dihasilkan dapat dipercaya atau valid.

### 3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010, hal.119). Pada penelitian ini, populasi yang digunakan ini adalah konten berita yang tampil pada sub-menu Kota Malang pada situs berita online Malangtoday.net dan Malangvoice.com yang tayang selama 2 bulan (62 hari) pada bulan Agustus 2017 dan Oktober 2017.

Konten berita yang dipilih merupakan berita yang terdapat pada menu Malang Today sub-menu Kota Malang pada situs Malangtoday.net dan menu Malang Raya sub-menu Kota Malang pada situs Malangvoice.com. Kedua sub-menu ini, sama-sama menyajikan berita yang berada di sekitar Kota Malang dan tayang secara terus-menerus (*update*) setiap hari Senin hingga Minggu. Pemilihan waktu pada bulan Agustus 2017 dan Oktober 2017 ini menjadi pertimbangan penulis dikarenakan pada bulan ini *traffic* data diantara kedua situs ini mengalami lonjakan data yang cukup dinamis, dimana pada bulan Agustus 2018 Malangvoice.com memiliki *traffic* yang lebih tinggi dibandingkan Malangtoday.net, dan di bulan selanjutnya Oktober 2017, Malangtoday.net memiliki *traffic* data yang lebih tinggi dibandingkan Malangvoice.com.



Gambar 3. Traffic Data dari situs www.Semrush.com pada Malangtoday.net dan Malangvoice.com bulan Agustus 2017 dan Oktober 2017

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Sehingga berdasarkan pertimbangan tersebut, penulis menemukan data pada sub-konten berita lokal (berita Kota Malang) dari situs berita online Malangtoday.net dan Malangvoice.com di bulan Agustus 2017 dan Oktober 2017 (62 hari) sebanyak 1.088 berita, dengan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti sebagai berikut:

Bulan	Malang Today.net	Malangvoice.com
Agustus 2017	301 Berita	272 Berita
Oktober 2017	236 Berita	279 Berita
Total	537 Berita	551 Berita
	1.088 Berita	

Tabel 2. Populasi Berita pada periode Agustus 2017 dan Oktober 2017

Sumber: Data olah peneliti

Lalu terdapat istilah sampel yaitu, bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2010, hal.120). Pada penelitian ini, peneliti mendesain penarikan sampel berdasarkan hari. Karena menurut Budd (dalam Eriyanto, 2011, h.136) representasi hari sangat penting dan mempengaruhi hasil. Sampel dalam penelitian ini adalah 7 hari per bulan, dimana hal ini sudah memenuhi kriteria ilmiah (Eriyanto, 2011, h.137). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konten berita yang ada pada sub-menu Kota Malang pada situs berita online Malangtoday.net dan Malangvoice.com yang tayang dalam periode bulan Agustus 2017 dan Oktober 2017, sehingga total hari yang akan diambil sampelnya adalah 7 hari, lalu dikalikan 2 karena peneliti mengambil populasi dalam jangka waktu 2 bulan, sehingga menghasilkan total sampel sebanyak 14 hari.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik sampel acak sistematis (*systemic random sampling*). Teknik sampel acak sistematis adalah sebuah sampel yang melakukan penarikan sampel dengan menentukan interval sampel. Interval sampel adalah jarak standar atau jarak baku antar elemen yang dipilih pada sampel (Morissan, 2007, h.125). Peneliti menggunakan teknik sampel ini karena, berdasarkan efisiensi dari banyaknya data dan keterbatasan penelitian yang menjadi halangan untuk dilakukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, penghitungan interval sampel dilakukan dengan cara mengambil sampel pada konten berita yang disajikan pada kurun waktu 2 bulan dengan total populasinya yaitu 14 hari, maka untuk rasio (interval) samplingnya adalah 62 (banyaknya hari dalam dua bulan), lalu 14 (perhitungan sampel yang ingin diambil), maka 62 dibagi

14 menghasilkan 4,42 dan dibulatkan menjadi 4, sehingga untuk interval sampling pada penelitian ini yaitu jeda (interval) per 4 hari.

Pada penentuan sampel pertama, peneliti memilih acak satu nomor diantara 1 hingga 10 yang akan menjadi nomor pertama (Morissan, 2007, h.125). Maka, peneliti memilih angka 6 sebagai sampel pertama di bulan Agustus dan angka 6 di bulan Oktober. Setelah dilakukan acak terpilih berdasarkan interval sampel tersebut, dipilih 14 sampel dalam kurun waktu 2 bulan (Agustus dan Oktober) yang akan diambil dengan interval 4 hari, yaitu:

Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu
30	31	1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31	1	2
3	4	5	6	7	8	9

Tabel 3. Kalender Bulan Agustus 2017  
Sumber: Data olah peneliti

Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu
24	25	26	27	28	29	30
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31	1	2	3	4

Tabel 4. Kalender Bulan Oktober 2017  
Sumber: Data olah peneliti

Berdasarkan dari interval sampel tersebut, peneliti menemukan jumlah sampel dari sub-konten berita lokal (Kota Malang) pada kedua situs berita online Malangtoday.net dan Malangvoice.com periode Agustus 2017 dan Oktober 2017 sebanyak 268 berita, dengan data sebagai berikut:

Bulan	Malang Today.net	Malangvoice.com
Agustus 2017	84 Berita	77 Berita
Oktober 2017	54 Berita	53 Berita
Total	138 Berita	130 Berita
	268 Berita	

Tabel 5. Sampel Berita periode Agustus 2017 dan Oktober 2017  
Sumber: Data olah peneliti

### 3.4 Unit Analisis

Klippendorff (dalam Eriyanto, 2011, h.59) mendefinisikan unit analisis sebagai apa yang diobservasi, dicatat, dan dianggap sebagai data, memisahkan menurut batas-batasnya dan mengidentifikasi untuk analisis berikutnya. Berdasarkan objek penelitian dan fokus penelitian ini adalah tema pada konten berita media online lokal. Pada penelitian ini, unit akan digunakan unit tematik, yang melihat teks ini berbicara tentang apa (Eriyanto, 2011, h.84). Secara sederhana, dalam Eriyanto (2011, h.90) dijelaskan bahwa, unit tematik melihat pada paragraf dari suatu teks atau babak/plot (media elektronik). Selain menggunakan paragraf atau plot, unit tematik ini juga menggunakan isi teks secara keseluruhan. Nantinya dengan unit tematik, dari berita-berita tersebut akan diketahui tema berita apa saja yang dimuat dan dijadikan sebagai sumber penghidupan dari situs berita



online Malangtoday.net dan Malangvoice.com yang telah dikategorisasikan dalam jenis-jenis tema dari suatu berita.

### **3.5 Definisi Konseptual dan Operasional**

#### **3.5.1 Definisi Konseptual dalam Penelitian**

Neuman (Neuman, 2013, h.226) menjelaskan bahwa definisi konseptual adalah definisi yang cermat dan sistematis untuk suatu konstruk yang dituliskan secara eksplisit. Berikut adalah konsep-konsep dari indikator yang ada:

##### **1. Tema Konten Berita**

Tema didefinisikan sebagai identitas yang dibawa oleh lagu atau apa yang diutarakan sebuah lagu, dimana seseorang mendengar atau melihat dari pokok pikiran yang secara umum diisyaratkan lewat teks (Wolfe, Loy, & Chidester, 2009, h. 76). Yang berhubungan dengan penelitian ini, tema berkaitan dengan dasar pokok pikiran sebuah berita, seperti kriminal, politik, sosial, dan budaya. Barus menjelaskan bahwa, berita adalah segala laporan mengenai peristiwa, kejadian, gagasan, fakta yang menarik perhatian dan penting untuk disampaikan atau dimuat di media massa agar diketahui atau menjadi kesadaran umum (Mulyani, 2016, h.26). Berita yang ada dalam situs tersebut,

akan disajikan berdasarkan tema ataupun pengkategorisasian pada konten menu yang telah disiapkan.

## 2. Kompetisi Berdasarkan Aplikasi Teori *Niche*

Kompetisi adalah persaingan yang terjadi di kalangan makhluk hidup disamping korporasi atau kerjasama. Kompetisi menimbulkan seleksi alam atau evolusi. Kompetisi ini tidak selalu terjadi dengan berkelahi atau kematian, tetapi kebanyakan justru terjadi dengan damai dan diam-diam. (*Ensiklopedi Nasional Indonesia*, 1990, h.72).

Teori *niche* merupakan suatu teori yang digunakan untuk riset kompetisi antar media massa. Teori *Niche* dapat diartikan sebagai “celung” atau “ruang kehidupan”. Fokus pembahasannya adalah mengenai proses, ciri-ciri, hubungan dan interaksi antarpopulasi dalam upaya mempertahankan kehidupannya (Sendjaja, 1993, h.121).

### 3.5.2 Definisi Operasional dalam Penelitian

Penelitian ini membahas mengenai persaingan antara konten berita pada situs berita online lokal yang berada di Kota Malang sesuai dengan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, bahwa di dalam suatu populasi membutuhkan sumber penunjang untuk bertahan hidup, dan jika di dalam suatu populasi tersebut memiliki sumber penunjang yang sama, maka akan terjadi persaingan di dalam populasi tersebut.

Pada penelitian ini, peneliti akan menganalisis salah satu sumber penunjang kehidupan dalam media online lokal, yaitu tema pada konten berita lokal.

Dalam penelitian ini, konten berita yang dianalisis dibatasi pada 2 bulan, yaitu Agustus 2017 dan Oktober 2017 yang disajikan oleh tiap situs berita online tersebut. Adapun berita yang diperhitungkan adalah berita-berita yang ditayangkan dalam waktu 7 hari sesuai interval *sampling* setiap bulannya. Tahap awal yang dilakukan dalam penelitian ini adalah mengkategorisasikan berita dari seluruh berita yang telah dikumpulkan sesuai hari yang telah ditentukan. Dari kedua berita tersebut, akan diteliti dan dikategorikan berdasarkan indikator tema-tema adaptasi dari penelitian yang dilakukan oleh Boyd (Astuti, 2008). Kategori tema berita ini sebelumnya juga akan dilakukan uji reliabilitas untuk mengetahui apakah pengukuran kategori yang dibuat peneliti sudah tepat. Suatu berita akan masuk dalam tema berdasarkan inti berita dari kejadian yang dimuat dalam berita itu. Dari kategori tema yang sudah diadaptasi dari Boyd, kategorinya adalah sebagai berikut:

Kategori Tema	
Gawat darurat (emergency)	Human Interest
Kriminalitas	Personalities
Pemerintahan lokal dan nasional	Sport
Perencanaan dan pembangunan	Seasonal News
Konflik dan kontroversi	<i>Special Local Interest</i>
Pressure Group	Cuaca

Industri dan ketenagakerjaan	Lalu Lintas
Kesehatan	Hewan
Hiburan	

Tabel 6. Jenis Operasional Penelitian

Sumber: Boyd (dalam Astuti, 2008)

Suatu berita masuk dalam kategori tema tertentu, dilihat dari peristiwa yang terjadi pada sumber berita. Jika sumber berita itu berupa komentar, maka komentar tersebut dikategorisasikan dalam tema tertentu dengan menentukan berdasarkan tema tersirat yang ada dalam berita tersebut. Berikut operasionalisasi indikator yang akan digunakan dalam penelitian ini:

Indikator	Sub Indikator
Gawat darurat	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kecelakaan (berita kecelakaan, seperti perampokan, kecelakaan lalu lintas, dan sebagainya)</li> <li>b. Bencana Alam (seperti banjir, tanah longsor, gempa bumi, tsunami, dan sebagainya)</li> <li>c. Upaya Penyelamatan (upaya penyelamatan korban banjir, upaya pencarian orang hilang, upaya penyelamatan sandera, dan sebagainya)</li> </ul>
Kriminalitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pencurian (berita pencurian, seperti penjabretan di jalan, pencurian di rumah, pencurian kendaraan, dan sebagainya)</li> <li>b. Pemerkosaan (seperti pemerkosaan anak dibawah umur, pemerkosaan perempuan, dan sebagainya)</li> <li>c. Perjudian (seperti perjudian gelap, perjudian oleh aparat hokum, dan sebagainya)</li> <li>d. Pembunuhan (berita pembunuhan seseorang)</li> <li>e. Penipuan (berita tentang penipuan uang, penipuan berkedok sms operator, dan sebagainya)</li> <li>f. Tindak Asusila (seperti pemukulan, narkoba, prostitusi online, penculikan, dan sebagainya)</li> <li>g. Korupsi (berita tentang penangkapan tersangka korupsi, politikus yang terjerat korupsi, dan sebagainya)</li> </ul>

Pemerintahan lokal dan nasional	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kebijakan pemerintah (berita kebijakan pemerintah, seperti kenaikan harga BBM, pemerintah daerah menurunkan harga BBM, pemerintah daerah menurunkan angka kemiskinan, dan sebagainya)</li> <li>b. Kegiatan pemerintah (berita kegiatan pemerintah, seperti satpol PP merazia pedagang kaki lima, pelaksanaan peringatan hari besar, dan sebagainya)</li> <li>c. Permasalahan pemerintah (berita permasalahan dalam institusi pemerintah, penurunan atau pencabutan jabatan pemerintah, dan sebagainya)</li> </ul>
Perencanaan dan pembangunan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Perencanaan pembangunan (berita akan dibangunnya jalan trans Papua, peletakkan batu pancang pertama suatu Gedung, dan sebagainya)</li> <li>b. Perkembangan pembangunan (seperti proses pembangunan LRT di Jakarta, dan sebagainya)</li> <li>c. Perencanaan Ekonomi (berita mengenai peningkatan ataupun kebijakan ekonomi)</li> </ul>
Konflik dan kontroversi	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Demonstrasi (berita demonstrasi buruh, demonstrasi mahasiswa, demonstrasi suatu organisasi atau kelompok masyarakat tertentu)</li> <li>b. Sidang pengadilan (berita sidang pengadilan, seperti sidang pengadilan pidana sidang pengadilan pembunuhan, dan sebagainya)</li> <li>c. Kontroversi (berita kontroversi, seperti berita tentang perdebatan agama, berita perdebatan suatu kelompok organisasi, dan sebagainya)</li> </ul>
<i>Pressure Group</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Provokator (berita tentang orang-orang yang mengorganisasi dirinya untuk memicu kontroversi)</li> <li>b. Aksi protes (berita mengenai organisasi atau sekelompok orang yang beraksi mengenai suatu kebijakan atau tuntutan lainnya)</li> </ul>
Industri dan ketenagakerjaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Open Recruitment (berita tentang ujian ketenagakerjaan, seperti PNS)</li> <li>b. Upah (berita tentang upah buruh)</li> <li>c. Inovasi (berita seperti peluncuran produk baru)</li> </ul>
Kesehatan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Penanganan masalah kesehatan (berita penanganan penyakit DBD di Kota X)</li> <li>b. Peningkatan kesejahteraan masyarakat (berita pemberian vaksin pada balita di daerah X)</li> <li>c. Kegiatan kesehatan (berita donor darah dalam suatu acara)</li> </ul>
<i>Human Interest</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Prestasi seseorang (berita tentang pelajar yang berhasil meraih emas pada olimpiade, mahasiswa menemukan inovasi baru di bidang teknologi, dan sebagainya)</li> <li>b. Keunikan seseorang</li> </ul>

<i>Personalities</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Profil seseorang (berita atlet peraih medali emas, profil atlet, dan sebagainya)</li> <li>b. Profil selebritas (profil artis, pasangan artis menikah, dan sebagainya)</li> </ul>
<i>Sport</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Prestasi suatu tim (berita tentang olahraga sepakbola yang memenangkan kompetisi, berita mengenai tim basket yang menjadi juara suatu liga)</li> <li>b. Pertandingan (analisis hasil pertandingan, kekalahan suatu tim, dan sebagainya)</li> <li>c. Konflik antar tim (berita perselisihan antar tim atau di dalam internal tim)</li> <li>d. Kegiatan tim (kegiatan latihan tim ataupun kegiatan sebelum atau sesudah melakukan pertandingan)</li> </ul>
<i>Seasonal News</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Libur nasional (berita tentang mudik lebaran, hari raya nyepi, dan sebagainya)</li> <li>b. Peristiwa langka (terjadinya gerhana matahari cincin sekali dalam 8 tahun)</li> </ul>
<i>Special Local Interest</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Hiburan rakyat (berita tentang event hiburan tahunan di setiap daerah, bazaar pesta rakyat, dan sebagainya)</li> <li>b. Pertunjukan dan pagelaran kesenian (berita mengenai pagelaran seni di suatu daerah)</li> <li>c. Memperingati hari besar (berita memperingati hari besar seperti acara atau momen budaya, tujuh belasan, dan sebagainya)</li> <li>d. Event lokal (berita tentang acara di suatu daerah)</li> <li>e. Wisata lokal (berita mengenai suatu tempat wisata di suatu daerah)</li> <li>f. Kesenian lokal (kesenian lokal yang berada di suatu daerah)</li> </ul>
<i>Cuaca</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Info cuaca (berita mengenai info cuaca pada hari ini bekerjasama dengan BMKG)</li> <li>b. Dampak perubahan cuaca (berita mengenai dampak perubahan cuaca, seperti hujan besar yang akan terjadi, musim kemarau yang menyebabkan kebakaran, dan sebagainya)</li> </ul>
<i>Lalu lintas</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kepadatan lalu lintas (kemacetan atau kepadatan di suatu jalan)</li> <li>b. Penertiban kendaraan dan pengemudi (berita mengenai sim ditahan, razia pengendara motor, dsb)</li> <li>c. Penutupan jalan (berita mengenai penutupan jalan tertentu dikarenakan ada suatu kegiatan atau perbaikan jalan)</li> </ul>
<i>Hewan</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Satwa langka (berita tentang kesehatan atau pembudi dayaan satwa langka)</li> </ul>



	b. Binatang peliharaan (berita mengenai profil ataupun bagaimana cara merawat ataupun tips kesehatan binatang peliharaan)
Hiburan	a. Film (trailer atau ulasan film yang tampil di bioskop) b. Musik (jadwal tour, berita mengenai konser band)

Tabel 7. Operasionalisasi Indikator

Sumber: Data olah peneliti

### 3.5.3 Kategorisasi

Kategori tema yang terdapat dalam konten berita dari situs berita online di dalam penelitian ini menggunakan kategorisasi adaptasi dari penelitian Boyd (dalam Astuti, 2008):

Unit Analisis	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sub Indikator
Unit Tematik	Tema	Gagasan ide berita yang disajikan, pokok pikiran	Gawat darurat	d. Kecelakaan e. Bencana alam f. Upaya penyelamatan
			Kriminalitas	h. Pencurian i. Pemerkosaan j. Perjudian k. Pembunuhan l. Penipuan m. Tindak asusila n. Korupsi
			Pemerintahan lokal dan nasional	b. Kebijakan pemerintah c. Kegiatan pemerintah d. Permasalahan pemerintah
			Perencanaan dan pembangunan	d. Perencanaan pembangunan e. Perkembangan Pembangunan f. Perencanaan Ekonomi
			Konflik dan kontroversi	d. Demonstrasi e. Sidang pengadilan

				f. Kontroversi
			<i>Pressure Group</i>	c. Provokator d. Aksi protes
			Industri dan ketenagakerjaan	d. Open Recruitment e. Upah f. Inovasi
			Kesehatan	d. Penanganan masalah kesehatan e. Peningkatan kesejahteraan masyarakat f. Kegiatan kesehatan
			<i>Human Interest</i>	c. Prestasi seseorang d. Keunikan seseorang
			<i>Personalities</i>	c. Profil seseorang d. Profil selebritas
			<i>Sport</i>	e. Prestasi suatu tim f. Pertandingan g. Konflik antar tim h. Kegiatan tim
			<i>Seasonal News</i>	c. Libur nasional d. Peristiwa langka
			<i>Special Local Interest</i>	g. Hiburan rakyat h. Pertunjukkan dan pagelaran kesenian i. Memperingati hari besar j. Event lokal k. Wisata lokal l. Kesenian lokal
			Cuaca	c. Info cuaca d. Dampak perubahan cuaca
			Lalu lintas	d. Kepadatan lalu lintas e. Penertiban kendaraan dan pengemudi Penutupan jalan

			Hewan	c. Satwa langka d. Binatang peliharaan
			Hiburan	c. Film d. Musik

Tabel 8. Deskripsi Operasional Penelitian

Sumber: Data olah Peneliti

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

#### 3.6.1 Sumber Data

Sumber data adalah subjek darimana data dapat diperoleh (Arikunto & Suharsimi, 2002). Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data adalah naskah berita yang ditampilkan pada konten berita di situs berita online Malangtoday.net dan Malangvoice.com, dimana sumber data ini didapat berdasarkan:

##### 1. Data Primer

Dalam penelitian ini data primer yang digunakan adalah artikel berita yang peneliti ambil berdasarkan *interval systemic random sampling* dari 14 hari pada sub konten Kota Malang di bulan Agustus dan Oktober 2017 pada situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com.

##### 2. Data Sekunder

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data pendukung berupa jurnal dan studi kepustakaan yang didapat dari buku,

internet, dan juga skripsi yang memiliki kesamaan tema untuk mendapatkan data yang diinginkan.

### 3.6.2 Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah:

1. Dokumentasi

Peneliti mendokumentasikan artikel berita berdasarkan populasi dan sampel yang telah ditentukan dengan data sebanyak 268 berita.

2. Coding Sheet

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan analisis isi berdasarkan dokumentasi dari total 268 berita lalu hasil intepretasi data tersebut di *coding* oleh koder untuk menghasilkan data yang valid.

3. Studi Pustaka

Peneliti menggunakan jurnal dengan tema yang memiliki kemiripan dengan penelitian ini sehingga penelitian terdahulu menjadi literatur yang penting dalam penelitian ini. Selain itu, untuk mendukung data yang ada, peneliti menggunakan internet dari sumber yang berkompeten agar sumber yang ada dapat dipertanggung jawabkan.

### 3.6.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk pengumpulan data (Cresswell, 2010, h.160). Pada penelitian ini instrumen yang digunakan adalah *coding sheet*. Selain itu, digunakan koder sebagai pengkategorisasi tema berita berdasarkan data yang telah disiapkan.

### 3.6.4 Koder

Koder adalah orang ahli (memiliki pengetahuan dan tertarik terhadap tema yang diteliti) yang mencatat rekaman atau mendeskripsikan hasil observasi dalam menulis data penjelasan data. Peneliti menggunakan *inter-coder reliability* dalam mencapai kesepakatan pemahaman analisis. Semakin tinggi derajat antar koder melalui pencatatannya, maka kriteria yang digunakan semakin *reliable*. Pada penelitian ini, partisipan yang menjadi koder sebanyak dua koder, yaitu seseorang yang memiliki pengetahuan dasar di bidang jurnalistik dan tertarik membaca berita. Ketertarikan dan pengetahuan dasar dari kedua koder berdasarkan keseharian koder dimana kedua koder menjadikan berita sebagai suatu kebutuhan sehari-hari sehingga mereka terbiasa membaca suatu berita.

Nantinya untuk pengisian lembar koding, diharapkan koder dapat menginterpretasikan berita yang ada sesuai dengan bidang pengetahuannya agar data yang didapatkan dapat benar

dan dipercaya (Eriyanto, 2011, h.257). Peneliti akan memberikan pemahaman mengenai pengisian *coding sheet* kepada koder agar meminimalisir kesalahan yang dapat terjadi melalui instruksi yang telah disiapkan pada codebook.

Adapun yang menjadi koder dalam penelitian ini adalah Dave Nirvana, yang merupakan mahasiswa S1 Ilmu Komunikasi Universitas Brawijaya yang memiliki pengetahuan jurnalistik dan tertarik membaca berita di media online. Saat ini Dave Nirvana juga sedang menjabat sebagai *chief news program* atau yang bertanggung jawab mengenai siaran pemberitaan di salah satu stasiun radio swasta yang berada di Kota Malang. Untuk koder kedua, Delly Aji Caesarro alumnus S1 Ilmu Komunikasi Universitas Brawijaya yang memiliki ketertarikan terhadap berita dan pengetahuan di bidang jurnalistik.

Peneliti akan memberikan berita yang sudah dikategorikan sesuai tema dari isi berita tersebut, lalu koder nantinya akan bertugas untuk memberikan pernyataan sesuai dengan interpretasi mereka. Untuk mencegah terjadinya kesalahan, peneliti akan memberikan pelatihan pengisian lembar coding dengan cara memberikan beberapa contoh berita pada koder, dan nantinya diharapkan koder dapat memberikan pernyataan setuju atau tidak terhadap kategori berita yang telah ditentukan oleh peneliti dari berita yang ada.



### 3.6.5 Coding Sheet

Lembar coding (*coding sheet*) merupakan alat pengukur dan penghitung pada isi media. Lembar coding memuat semua kategori, aspek yang diketahui dalam analisis isi (Eriyanto, 2011, h.221). Menurut Eriyanto (2011, h.221) lembar koding dapat dipersamakan sebagai kuisisioner dalam penelitian survei. Penilaian dalam lembar coding dilakukan dengan melihat frekuensi berita yang tayang selama 14 edisi (hari) sesuai dengan sampel yang peneliti inginkan. Penilaian dilakukan dengan mengkategorisasikan terlebih dahulu berita yang tayang sesuai dengan tema yang di kategorikan.

*Coding sheet* disusun dalam bentuk data tabel, dimana nantinya koder memberikan pernyataan pada tema berita situs berita online yang ditayangkan sesuai dengan petunjuk yang terdapat pada *codebook*.

## 3.7 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen dalam penelitian ini adalah uji instrumen untuk membuktikan validitas data sebelum instrumen digunakan. Adapun uji validitas dan realibilitas yang akan digunakan adalah:

### 3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menyatakan apakah instrumen yang dibuat dapat mengukur apa yang ingin diukur. Validitas ini

diperlukan dalam penelitian karena validitas merupakan kualitas hasil penelitian yang menuntun peneliti untuk menerima hasil penelitian secara benar, karena berbicara tentang dunia nyata masyarakat, fenomena, peristiwa, pengalaman, dan tindakan (Krippendorff, 2004, h.314). Neuendorf (2002, h.117) juga berpendapat bahwa, validitas konstruk adalah validitas yang melihat apakah alat ukur yang disusun atau diturunkan dari suatu konsep teori tertentu.

Dalam penelitian ini, validitas konstruk digunakan berdasarkan teori yang telah diuji, peneliti menyusun berdasarkan pengetahuan dan pengamatan yang peneliti lakukan ketika penelitian atau dengan kata lain, permasalahan penelitian yang ditemukan. Sehingga kemudian, ada perubahan dan juga modifikasi terhadap alat ukur.

Untuk membangun alat ukur secara logis dan teruji, peneliti melihat jurnal penelitian yang memiliki subjek yang sama dengan peneliti mengenai media online, yang berjudul “Aplikasi Teori *Niche* pada Persaingan Portal Media” yang dilakukan oleh Arnold (2005) dimana pada penelitiannya hanya menggunakan 13 kategori saja. Sedangkan, pada jurnal lainnya seperti yang ditulis oleh Herawati & Budi (2007) mengenai “Ekologi Media Radio Siaran di Yogyakarta: Kajian Teori *Niche* terhadap Program Acara Radio Siaran di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta” dimana dalam penelitian yang berfokus pada radio, terdapat 11 kategori berita acara yang digunakan untuk mengkategorikan data yang ada.

Setelah melakukan uji coba berdasarkan data yang ditemui dengan menggunakan alat ukur pada penelitian terdahulu, peneliti menentukan pengkategorisasian tema berita yang diadaptasi dari penelitian terdahulu dan berdasarkan pada penelitian Boyd (dalam Astuti, 2008), dimana indikator yang digunakan adalah 17 kategori tema dengan sub kategori yang telah dimodifikasi oleh peneliti. Semua tema tersebut adalah tema gawat darurat, kriminalitas, pemerintahan lokal dan nasional, perencanaan dan pembangunan, konflik dan kontroversi, pressure group, industri dan ketenagakerjaan, kesehatan, human interest, personalities, sport, seasonal news, special local interest, cuaca, lalu lintas, hewan, dan hiburan. Peneliti melakukan modifikasi ukur ini, karena peneliti menggunakan validitas konstruk dimana akan terjadi perubahan atau modifikasi alat ukur berdasarkan data yang ada, sehingga berita yang ada dapat dikategorikan dan juga mencakup seluruh tema berita yang ada.

### **3.7.2 Uji Reliabilitas**

Pengukuran uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji reliabilitas kategori. Reliabilitas kategori ditujukan pada derajat kemampuan pengulangan penempatan data dalam berbagai kategori. Bila kategori telah ditentukan dengan baik, maka akan dicapai suatu pertujuan antara para koder yang mempergunakan kategori dan data yang sama (Bulaeng, 2004, h.185). Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan melakukan pengkodingan untuk menilai data.

Agar penelitian objektif, maka kategori harus dijaga reliabilitasnya. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Holsti untuk menguji realibilitas. Rumus Holsti menurut Eriyanto (2011, h.290) merupakan uji realibilitas antar coder yang banyak digunakan dalam analisis isi. Uji reliabilitas menggunakan rumus Holsti ini menetapkan angka reliabilitas minimum yang ditoleransi sebesar 0,7 atau 70% (Eriyanto, 2011, h.290). Berikut rumus Holsti yang akan digunakan:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

Keterangan:

- CR: *Coeficient Reliability*
- M: Jumlah pernyataan yang disetujui pengkoding (hakim) dan peneliti
- N1, N2: Jumlah pernyataan yang diberi kode oleh koder pertama (N1) dan koder kedua (N2)

Dari seluruh data yang telah dikumpulkan, peneliti menentukan 268 tema dari total berita yang ada. Berikut hasil persetujuan masing-masing koder terhadap tema berita dari kedua situs berita online yang dihitung menggunakan rumus Holsti:

No	Kategori	Frekuensi		Total Setuju (S) / Tidak Setuju (TS)	
		K1	K2	K1	K2
1	Gawat darurat	18	18		
2	Kriminal	72	71		
3	Pemerintahan lokal dan nasional	61	66		
4	Perencanaan dan pembangunan	26	28		

5	Konflik dan kontroversi	15	16	Total S = 246  Total TS = 22	Total S = 257  Total TS = 11
6	<i>Pressure Group</i>	3	4		
7	Industri dan ketenagakerjaan	3	4		
8	Kesehatan	8	8		
9	<i>Human Interest</i>	6	8		
10	<i>Personalities</i>	1	0		
11	<i>Sport</i>	0	1		
12	<i>Seasonal News</i>	3	5		
13	<i>Special Local Interest</i>	17	15		
14	Cuaca	0	0		
15	Lalu lintas	5	4	268	268
16	Hewan	7	7		
17	Hiburan	1	2		
Total		246	257		
Uji Realibilitas Koder 1: $CR = \frac{2(246)}{268+268} = 0,91 = 91\%$					
Uji Realibilitas Koder 2: $CR = \frac{2(257)}{268+268} = 0,95 = 95\%$					

Tabel 9. Frekuensi Persetujuan masing-masing Koder

Sumber: Data olah peneliti

Berdasarkan data di atas, diperoleh angka 91% untuk koder 1 dan 95% untuk koder 2, yang menyatakan bahwa tingkat reliabilitas dari data yang diteliti dapat diandalkan. Seperti yang diungkapkan oleh Eriyanto, angka reliabilitas minimum yang ditoleransi sebesar 0,7 atau 70% (Eriyanto, 2011, h.290). Sehingga dapat disimpulkan bahwa kategorisasi yang dibuat *reliable* atau dapat dipercaya.

### 3.8 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, akan digunakan analisis data dua tahap. Tahap pertama adalah analisis isi dan pengelompokan data berdasarkan porsi frekuensi tema berita pada kedua situs berita online tersebut. Pada proses

pemilihan tema pada berita yang dari kedua situs berita online tersebut, peneliti melakukan penentuan tema dengan cara membaca keseluruhan naskah berita, kemudian dari naskah tersebut akan ditentukan inti berita pada awal paragraf atau kalimat utama dan ditentukan berdasarkan tema yang sesuai dengan kategorisasi yang telah ditentukan. Berikut adalah contoh penentuan tema dari suatu berita berdasarkan kategorisasi yang ada:

Tanggal: 9 Agustus 2017	Judul: Meski Terus Didesak, Ternyata Ini Alasan Belum Keluarnya Perda Ktr
<p>MALANGTODAY.NET – Meskipun terus didesak, sampai sekarang peraturan daerah (Perda) Kota Malang tentang kawasan tanpa rokok (KTR) belum juga dituntaskan. Alasannya, karena peraturan ini dirasa sangat sensitif dan perlu melibatkan semua elemen agar tidak ada satupun pihak yang dirugikan.</p> <p>Ketua Pansus Perda Kawasan Tanpa Rokok (KTR) Kota Malang, Sulik Lestyowati mengatakan, rancangan perda KTR telah beberapa kali direvisi. Pada dasarnya, peraturan tersebut bukan sebagai sebuah larangan, namun lebih menekankan pada peraturan kawasan yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan untuk merokok.</p> <p>“Kita harus menyesuaikan dengan para pengusaha rokok, konsumen rokok, dan juga masyarakat yang tidak merokok. Semua harus selaras agar tidak ada yang merasa dirugikan,” katanya pada Wartawan belum lama ini.</p> <p>Perempuan berhijab itu menegaskan, ada beberapa hal yang juga harus diperhatikan oleh pemerintah dan DPRD Kota Malang dalam hal ini. Karena Kota Malang juga memiliki beberapa pabrik rokok dengan jumlah produksi dan tenaga kerja yang tidak sedikit. Sehingga, lanjutnya, kesejahteraan dan lapangan pekerjaan yang ada dengan berdirinya pabrik itu harus juga diperhatikan. Karena tidak sedikit masyarakat di kota pendidikan ini yang menggantungkan dirinya pada pabrik rokok. Artinya, kebijakan yang dikeluarkan harus seimbang dan bukan merugikan sebagian masyarakat.</p> <p>“Jangan sampai ada kesalahpahaman bahwa dengan keluarnya Perda KTR, maka merokok dilarang,” tambah Sulik.</p> <p>Sementara itu, dalam rancangan terbaru terkait Perda KTR disebutkan, tempat atau area tertentu yang dilarang untuk kegiatan merokok atau memproduksi, menjual, mengiklankan, atau mempromosikan produk tembakau adalah fasilitas pelayanan kesehatan, tempat proses belajar mengajar, tempat anak bermain, tempat ibadah, angkutan umum, tempat kerja, dan tempat umum.</p> <p>“Tapi semua masih dikaji ulang, dan akan direvisi sesuai dengan saran dari semua elemen yang dilibatkan,” beber Sulik. (Pit/end)</p>	



#### Gambar 4. Contoh penentuan tema dari suatu berita

Sumber: Data olah peneliti

Dari contoh naskah berita tersebut, yang berjudul “Meski Terus Didesak, Ternyata Ini Alasan Belum Keluarnya Perda KTR” peneliti mengambil kesimpulan bahwa inti dari berita tersebut, yaitu Meskipun terus didesak, sampai sekarang peraturan daerah (Perda) Kota Malang tentang kawasan tanpa rokok (KTR) belum juga dituntaskan. Sehingga berita ini termasuk dalam kategori berita pemerintahan lokal dan nasional dengan sub bab kebijakan pemerintahan. Lalu data ini akan dikelompokkan berdasarkan kategori yang ada, dan akan disusun menggunakan tabel distribusi frekuensi.

Selanjutnya untuk tahap kedua, adalah aplikasi teori *niche* dengan rumus yang sudah ditetapkan oleh Dimmick (1984), baik itu *niche breadth* dan *niche overlap*. Hal ini dilakukan untuk menghitung data yang ada dan mengetahui tingkat persaingan yang terjadi di situs berita online pada sub menu Kota Malang Malangtoday.net dan Malangvoice.com.

Lalu dari data tersebut, akan dikategorikan dengan statistik deskriptif yang akan digunakan oleh peneliti disini adalah distribusi frekuensi. Kegunaan distribusi frekuensi ini adalah untuk mengetahui bagaimana distribusi frekuensi data peneliti. Berikut tabel distribusi frekuensi yang akan digunakan peneliti berdasarkan data yang ada:

Variabel	Indikator	Malangtoday.net Persentase (%)	Malangvoice.com Persentase (%)
Tema	Gawat Darurat	7.97	6.15
	Kriminalitas	34.06	19.23
	Pemerintahan lokal dan nasional	19.57	30.00
	Perencanaan dan Pembangunan	10.87	10.00
	Konflik dan Kontroversi	7.97	6.92
	Pressure Group	1.45	1.54
	Industri dan Ketenagakerjaan	1.45	1.54
	Kesehatan	2.90	3.08
	Human Interest	3.62	2.31
	Personalities	0.72	0.77
	Sport	-	0.77
	Seasonal News	2.17	1.54
	Special Local Interest	2.17	10.77
	Cuaca	-	-
	Lalu Lintas	1.45	2.31
	Hewan	3.62	1.54
	Hiburan	-	1.54
	TOTAL	100	100

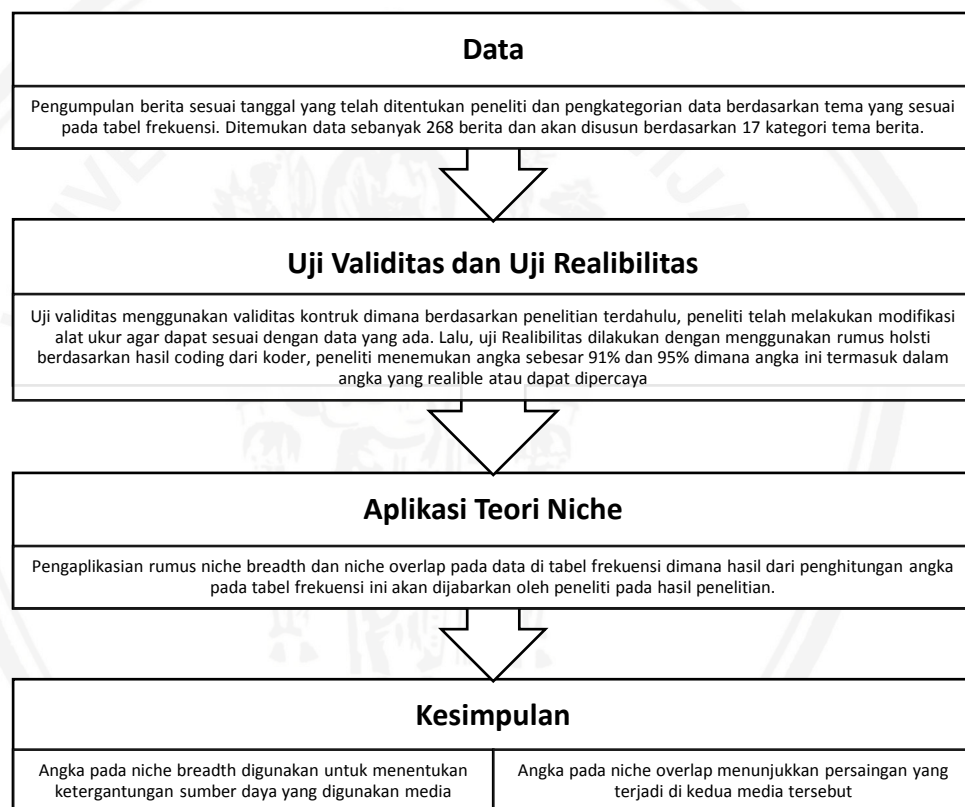
Tabel 10. Tabel Distribusi Frekuensi Tema Berita

Sumber: Data olah peneliti

Selanjutnya, data dari tabel distribusi frekuensi ini nantinya akan menjadi dasar yang digunakan peneliti untuk menghitung nilai ketergantungan atau *niche breadth* antara kedua situs tersebut dengan indikator dan nilai tumpang tindih atau *niche overlap* antar kedua situs. Dari

hasil tersebut, peneliti akan menarik kesimpulan berdasarkan klasifikasi yang telah peneliti tentukan, apakah kedua situs ini memiliki nilai *niche breadth* yang special, moderat, general dan sangat kuat, kuat, sedang, lemah, sangat lemah untuk nilai *niche overlap*.

Berikut skema teknik analisis yang akan peneliti lakukan dalam pengaplikasian teori *niche* ini:



Tabel 11. Skema Teknik Analisis  
Sumber: Data olah peneliti

Untuk mengukur *Niche breadth* dan *Niche overlap*, akan digunakan rumus yang telah ditetapkan oleh Dimmick (1984, h.110):

Rumus *Niche breadth*:

$$B = \frac{1}{\sum_{i=1}^n p_i^2}$$

Keterangan:

- $p_i$ : Proporsi dari total penggunaan setiap kategori sumber  $i$  yang digunakan oleh populasi  $B$ .
- $B$ : Populasi (dalam hal ini situs berita online)
- $i$ : Kategori sumber (dalam hal ini jenis tema berita)

Hasil nilai *niche breadth*, akan dikategorikan sesuai dengan klasifikasi yang telah dilakukan pada penelitian terdahulu. Untuk mendapatkan angka *Niche breadth*, penulis akan membagi jumlah masing-masing tema berita yang ada dari berita yang tampil ke dalam tabel frekuensi. Selanjutnya untuk menarik kesimpulan, peneliti akan melakukan klasifikasi kelas berdasarkan data yang ada sesuai yang digunakan oleh Herawati dalam penelitiannya yang berjudul “Ekologi Media Radio Siaran di Yogyakarta: Kajian Teori *Niche* terhadap Program Acara Radio Siaran di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta”.

<i>Niche breadth</i>	Posisi/Kelas
1 – 5,6	Spesial
5,7 – 11,3	Moderat
11,4 – 17	General

Tabel 12. Nilai *Niche breadth* sesuai posisi/kelas  
Sumber: Herawati & Budi, 2007

Selanjutnya, setelah ditentukan klasifikasi kelas untuk *niche breadth*, data yang ada akan dikategorisasikan berdasarkan nilai maksimal *niche breadth* sampai dengan nilai minimum *niche breadth*. Apabila hasil penghitungan data berdasarkan *niche breadth* mendekati angka minimal maka dapat dikatakan media tersebut hanya menggantungkan sumber penunjang kehidupannya pada 1 jenis saja dalam hal ini adalah tema konten berita (*special*). Sebaliknya, jika angka *niche breadth* mendekati angka maksimal, maka dapat dikatakan media ini bergantung pada berbagai jenis sumber penunjang (*general*).

Rumus *Niche overlap*:

$$D_{ij} = \sum_{b=1}^n (p_{ih} - p_{jh})^2$$

Keterangan:

- $D_{ij}$ : jarak antara populasi/makhluk hidup i dan j
- $p_i$ : proporsi sumber penunjang yang dipergunakan oleh kedua populasi makhluk hidup.
- $h$ : menggambarkan *resource microdimension* yang digunakan oleh populasi

Hasil dari *niche overlap*, juga akan diklasifikasikan berdasarkan kelas yang telah digunakan dalam penelitian terdahulu. Jika hasil perhitungan *niche overlap* antara dua populasi semakin mendekati nol, maka dikatakan antara dua populasi itu telah terjadi persaingan yang kuat. Misalnya, bila tema-tema berita pada sub menu Kota Malang antara situs berita online Malangtoday.net dan Malangvoice.com mempunyai hasil

angka *niche overlap* mendekati nilai minimal, maka kedua situs berita online tersebut seimbang dalam pemuatan tema beritanya, karena itu mereka bisa dikatakan bersaing ketat (kuat). Namun, jika hasil perhitungan *niche overlap* antara dua populasi semakin mendekati nilai maksimal (1), maka dikatakan antara kedua populasi tersebut tidak terjadi persaingan. Berikut ini adalah pembagian kategori posisi sesuai dengan hasil perhitungan *niche overlap*:

Nilai <i>Niche overlap</i>	Posisi/Kelas
0,00 – 0,20	Sangat Tinggi/Kuat
0,21 – 0,40	Tinggi/Kuat
0,41 – 0,60	Sedang
0,61 – 0,80	Rendah/Lemah
0,81 – 1,00	Sangat Rendah/Sangat Lemah

Tabel 13. Nilai *Niche overlap* Sesuai Posisi/Kelas  
Sumber: Herawati & Budi, 2007



## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **4.1.1 Profil Malangtoday.net**

Situs berita Malangtoday.net dikelola oleh PT Interkoneksi Media Global, tepatnya berada di Jl. Terusan Kawi no. 5, Bareng, Klojen, Kota Malang. Dalam memberikan peran aktif di media online, Malangtoday.net yang berdiri pada 15 Mei 2015, menyuguhkan berita dengan benar, pasti, tepat waktu, terpercaya, dan jurnalisme positif yang menjadi jembatan kebutuhan masyarakat akan informasi untuk dapat mencerdaskan kehidupan berbangsa.

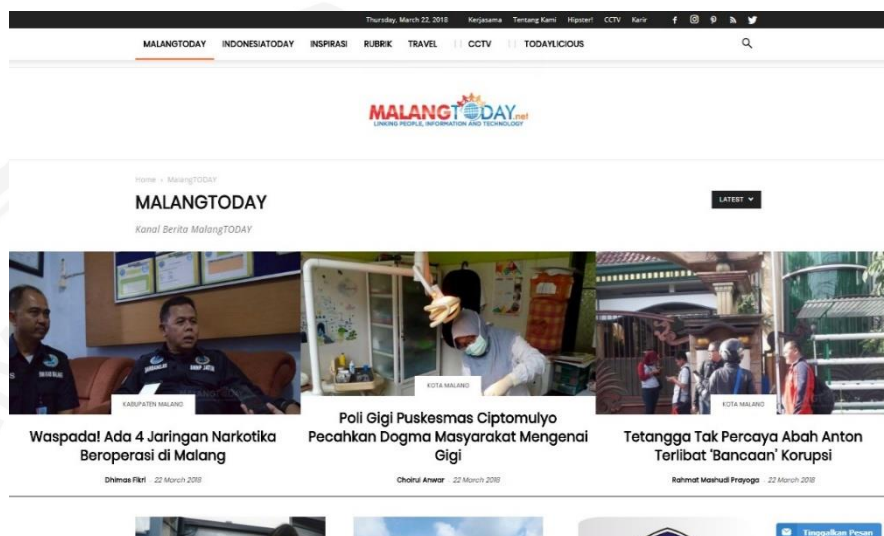


Gambar 5. Logo Malangtoday.net

Sumber: Malangtoday.net

Situs berita online Malangtoday.net menyajikan berita-berita seputar malang raya, nasional, internasional, olahraga, ekonomi dan bisnis, gaya hidup, #AremaDay, komunitas, teknologi, travel dan ngalambois. Semakin pesatnya informasi yang beredar Malangtoday.net menjawabnya dengan memberikan berbagai fitur percampuran media digital, dimana memberikan kanal berita

berdasarkan kategori berita yang sedang hangat di media sosial maupun online. Disamping itu Malangtoday.net juga bertekad menjadi salah satu rumah bagi media online untuk saling berbagai informasi baik yang berada di Kota Malang ataupun di seluruh dunia.



Gambar 6. Halaman Utama Malangtoday.net

Sumber: Malangtoday.net

Pada penelitian ini, penulis akan berfokus pada menu Malangtoday dimana pada menu ini, berita yang disajikan oleh situs Malangtoday.net sepenuhnya hanya kejadian yang berada di Kota Malang. Berdasarkan banyaknya jumlah pengakses suatu situs yang disediakan oleh alexa.com, Malangtoday.net hingga tahun 2018 memiliki peringkat ke 56,879.

#### 4.1.2 Profil Malangvoice.com

Malangvoice.com merupakan salah satu portal berita seputar Malang Raya yang menyajikan berbagai format, mulai teks, audio, video, dan lainnya, berbasis teknologi hipermedia dan hiperteks. Didasari dengan semangat tekad menegakkan pilar ke-4 dalam demokrasi dan berpartisipasi aktif mengontrol serta memberikan sumbangsih bagi pembangunan, menjadi inspirasi besar untuk melahirkan situs Malangvoice.com pada 17 Agustus 2015 (Malangvoice, 2018). Dibawah bendera PT Malang Voice Sejahtera, kantor MVoice berpusat di Jalan Danau Kerinci VII Blok E1 D17, Sawojajar, Kota Malang.



Gambar 7. Logo Malangvoice.com

Sumber: Malangvoice.com

Sebagai pendiri situs ini, Sri KN memiliki fokus utama, yaitu menjawab tantangan kemajuan informasi dan perkembangan sosial media, dengan berbagai fitur percampuran komunikasi media digital.

Malangvoice.com juga bertekad menjadi rumah bagi berbagai komunitas yang ada di Malang Raya dan seluruh belahan bumi ini.

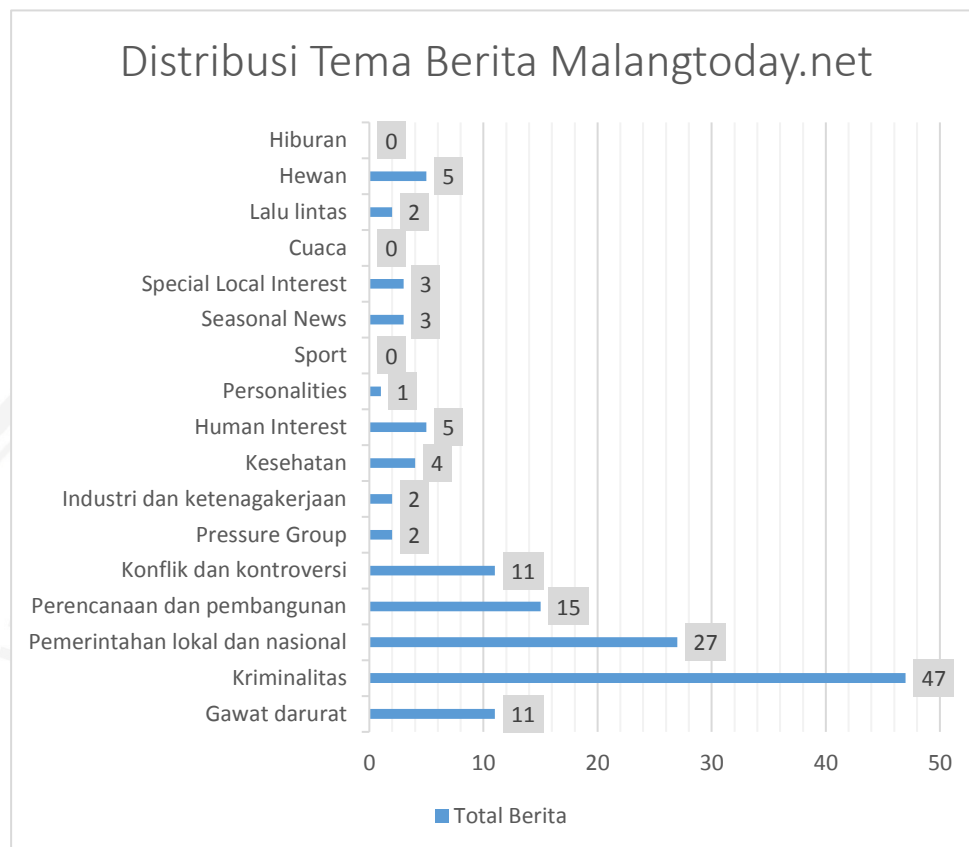


Gambar 8. Halaman Utama Website Malangvoice.com

Sumber: Malangvoice.com

Dalam penelitian ini, data yang akan diambil oleh peneliti terdapat pada menu Malang Raya, sub-menu Kota Malang. Berita yang akan dijadikan data adalah seluruh berita yang tayang di subforum Kota Malang pada bulan Agustus 2017 dan Oktober 2017. Malangvoice.com termasuk media yang paling anyar namun fenomenal. Hanya dalam hitungan bulan sejak pendiriannya, kini malangvoice dikenal sebagai portal online yang ternama, sistem kerja yang cepat, dan mampu mendulang kemitraan dengan berbagai pihak secara resmi dan kini, Malangvoice.com menjadi situs lokal Malang yang paling optimal dari berbagai aspek versi Alexa (Ichsan, 2016). Berdasarkan banyaknya jumlah pengakses suatu situs yang disediakan oleh alexa.com, Malangvoice.com hingga tahun 2018 memiliki peringkat ke 644,897.

#### 4.2 Perbandingan Distribusi Tema Berita pada masing-masing Situs Berita Online pada periode bulan Agustus 2017 dan Oktober 2017

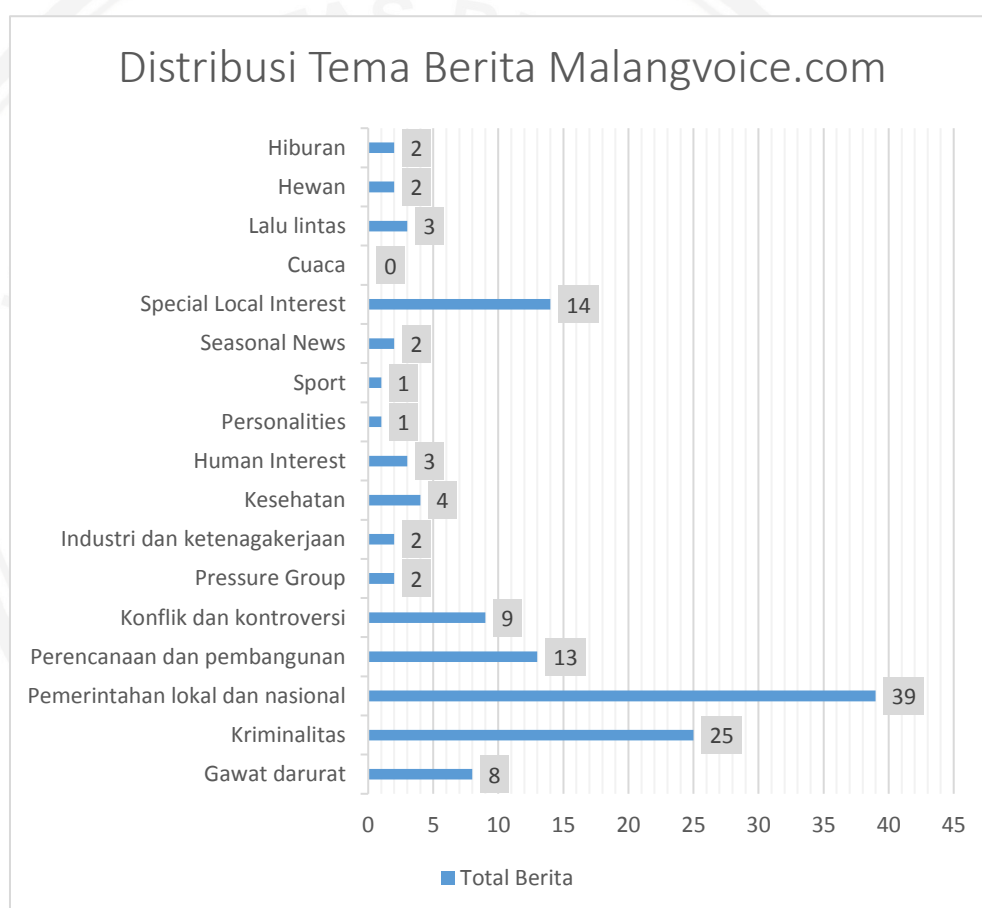


Gambar 9. Diagram Distribusi Tema Berita Malangtoday.net  
Sumber: Data olah peneliti

Kategori	Frekuensi Tema Berita
Gawat darurat	11
Kriminalitas	47
Pemerintahan lokal dan nasional	27
Perencanaan dan pembangunan	15
Konflik dan kontroversi	11
<i>Pressure Group</i>	2
Industri dan ketenagakerjaan	2
Kesehatan	4
<i>Human Interest</i>	5

<i>Personalities</i>	1
<i>Sport</i>	0
<i>Seasonal News</i>	3
<i>Special Local Interest</i>	3
Cuaca	0
Lalu lintas	2
Hewan	5
Hiburan	0

Tabel 14. Frekuensi Distribusi Tema Berita Malangtoday.net  
Sumber: Data olah peneliti



Gambar 10. Diagram Distribusi Tema Berita Malangvoice.com  
Sumber: Data olah peneliti



Kategori	Frekuensi Tema Berita
Gawat darurat	8
Kriminalitas	25
Pemerintahan lokal dan nasional	39
Perencanaan dan pembangunan	13
Konflik dan kontroversi	9
<i>Pressure Group</i>	2
Industri dan ketenagakerjaan	2
Kesehatan	4
<i>Human Interest</i>	3
<i>Personalities</i>	1
<i>Sport</i>	1
<i>Seasonal News</i>	2
<i>Special Local Interest</i>	14
Cuaca	0
Lalu lintas	3
Hewan	2
Hiburan	2

Tabel 15. Frekuensi Distribusi Tema Berita Malangvoice.com  
Sumber: Data olah peneliti

Berdasarkan data yang disajikan oleh peneliti, ditemukan bahwa kedua situs berita online tersebut memuat hampir seluruh tema yang telah peneliti kategorikan, meskipun ada beberapa tema yang tidak muncul dalam pemberitaannya. Pada situs berita Malangtoday.net, terdapat 3 dari 17 tema yang tidak muncul, sedangkan pada situs berita Malangvoice.com terdapat 1 dari 17 tema yang tidak muncul dalam tayangan berita mereka. Dari ke-17 tema tersebut, terlihat angka tertinggi berita yang sering tayang pada masing-masing situs berita online, yaitu pada situs Malangtoday.net adalah berita tema kriminalitas dengan 47 berita atau sebesar 34%, sedangkan

untuk situs Malangvoice.com berita tema pemerintahan lokal dan nasional memiliki angka tertinggi dengan 39 berita atau sebanyak 30% dari total berita yang ditayangkan. Sedangkan untuk angka terendah, pada Malangtoday.net sebesar 2% hanya terdapat pada berita tema personalities, dan untuk Malangvoice.com sebesar 2% terdapat pada berita tema personalities dan sport.

#### **4.2.1 Perbandingan tema-tema berita antara Malangtoday.net dan Malangvoice.com pada periode bulan Agustus 2017 dan Oktober 2017**

Sub-konten Kota Malang merupakan tema berita utama yang diliput oleh kedua situs berita online Malangtoday.net dan Malangvoice.com, dalam pemberitaannya tentu akan memiliki sudut pandang dan penyajian yang berbeda sesuai kebijakan kedua media tersebut. Walaupun berdasarkan fakta lapangan yang sama, tetapi diantara kedua situs berita online ini dalam penyajian beritanya menunjukkan adanya perbedaan. Hal ini terlihat pada tema berita khususnya berita lokal Kota Malang, dimana kedua situs berita online ini memproduksi beritanya dengan kebijakan redaksional mereka masing-masing dan selalu terbaru (*update*).

Dari data yang ditemukan, terdapat perbedaan dari tema yang ditayangkan oleh kedua situs berita online tersebut. Hal ini menunjukkan adanya kemungkinan terjadinya kompetisi di antara

kedua situs berita online tersebut. Berikut tabel frekuensi sajian data oleh peneliti:

Tema Gawat Darurat	Malangtoday.net		Malangvoice.com	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Kecelakaan	11	100%	4	50%
Bencana Alam	-	-	2	25%
Upaya Penyelamatan	-	-	2	25%
Jumlah	11	100%	8	100%

Tabel 16. Frekuensi Berita Tema Gawat Darurat Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com

Sumber: Data olah peneliti

Pada berita tema gawat darurat, Malangtoday.net memiliki Persentase 8% dari total berita yang ada dimana terdapat 11 berita sub tema kecelakaan yang mendominasi beritanya. Sedangkan Malangvoice.com, hanya memiliki 6% dari total berita data peneliti, namun Malangvoice.com menampilkan sub tema gawat darurat ini dengan porsi yang seimbang diantara sub tema yang ada.

Tema Kriminalitas	Malangtoday.net		Malangvoice.com	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Pencurian	3	6,4%	3	12%
Pemeriksaan	-	-	-	-
Perjudian	-	-	-	-
Pembunuhan	5	10,6%	3	12%
Penipuan	2	4,3%	1	4%

Tindak Asusila	2	4,3%	3	12%
Korupsi	35	74,5%	15	60%
Jumlah	47	100%	25	100%

Tabel 17. Frekuensi Berita Tema Kriminalitas Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com

Sumber: Data olah peneliti

Untuk berita tema kriminalitas, situs Malangtoday.net menampilkan berita sebesar 34% dari total berita yang ada, jumlah yang lebih banyak apabila dibandingkan dengan situs Malangvoice.com yang hanya sebesar 19%. Pada kedua situs ini, terdapat berita sub tema korupsi yang mendominasi dimana pada malangvoice hampir sebesar 74,5% nya atau sebanyak 35 berita dari total 47 berita dan di Malangvoice.com sebesar 60% atau 15 berita dari total 25 berita yang tampil.

Tema Pemerintahan Lokal dan Nasional	Malangtoday.net		Malangvoice.com	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Kebijakan Pemerintah	6	22,2%	7	18%
Kegiatan Pemerintah	14	51,8%	30	76,9%
Permasalahan Pemerintah	7	26%	2	5,1%
Jumlah	27	100%	39	100%

Tabel 18. Frekuensi Berita Tema Pemerintahan Lokal dan Nasional Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com

Sumber: Data olah peneliti

Tema selanjutnya adalah berita tema pemerintahan lokal dan nasional, untuk situs Malangtoday.net menampilkan 20% dari total berita yang ada dan situs Malangvoice.com menampilkan berita yang lebih banyak sebesar 30%. Dari berita yg ditampilkan, terdapat pada sub tema kegiatan pemerintah yang mendominasi dari kedua situs tersebut.

Tema Perencanaan dan Pembangunan	Malangtoday.net		Malangvoice.com	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Perencanaan Pembangunan	8	53,3%	7	53,8%
Perkembangan Pembangunan	4	26,7%	2	15,4%
Perencanaan Ekonomi	3	20%	4	30,8%
Jumlah	15	100%	13	100%

Tabel 19. Frekuensi Berita Tema Perencanaan dan Pembangunan Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com  
Sumber: Data olah peneliti

Pada tema perencanaan dan pembangunan, situs Malangtoday.net memiliki angka sebesar 11% dari total berita yang ada, sedangkan Malangvoice.com tidak berbeda jauh berada di angka 10%. Dari kedua situs ini, sama-sama memiliki angka yang tinggi pada sub tema perencanaan pembangunan dimana yang terdapat selisih 0,5% saja, sedangkan sub tema lainnya cukup memiliki perbedaan yang signifikan.

Tabel 20. Frekuensi Berita Tema Konflik dan Kontroversi Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com

Tema Konflik dan Kontroversi	Malangtoday.net		Malangvoice.com	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Demonstrasi	-	-	-	-
Sidang Pengadilan	1	9,1%	1	11,1%
Kontroversi	10	90,9%	8	88,9%
Jumlah	11	100%	9	100%

Tabel 21. Frekuensi Berita Tema Konflik dan Kontroversi Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com

Sumber: Data olah peneliti

Pada berita dengan tema konflik dan kontroversi, untuk situs Malangtoday.net memiliki angka sebesar 8% dari total berita yang ada, sedangkan pada situs Malangvoice.com sebesar 7%. Dari kedua situs ini sama-sama tidak menampilkan berita dengan sub tema demonstrasi.

Tema Pressure Group	Malangtoday.net		Malangvoice.com	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Provokasi	-	-	-	-
Aksi Protes	2	100%	2	100%
Jumlah	2	100%	2	100%

Tabel 22. Frekuensi Berita Tema Pressure Group Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com

Sumber: Data olah peneliti



Untuk berita tema pressure group, Malangtoday.net memiliki angka 1% dari total berita yang ada, sedangkan untuk Malangvoice.com sebesar 2%. Kedua situs ini apabila dilihat dari sub tema aksi protes, sama-sama memiliki jumlah berita yang sama yaitu 2 berita, dan kedua situs ini juga sama-sama tidak menampilkan berita dengan sub tema provokasi.

Tema Industri dan Ketenagakerjaan	Malangtoday.net		Malangvoice.com	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Open Recruitment	1	50%	-	-
Upah	-	-	1	50%
Inovasi	1	50%	1	50%
Jumlah	2	100%	2	100%

Tabel 23. Frekuensi Berita Industri dan Ketenagakerjaan Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com

Sumber: Data olah peneliti

Selanjutnya pada tema industri dan ketenagakerjaan, Malangtoday.net menayangkan beritanya sebesar 1% dan di Malangvoice.com sebesar 2% dari total berita yang ada. Dari kedua situs ini, sama-sama menampilkan 2 berita saja dimana pada Malangtoday.net tidak menampilkan sub tema upah, sedangkan pada Malangvoice.com tidak menampilkan sub tema *open recruitment*.

Tema Kesehatan	Malangtoday.net		Malangvoice.com	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Penanganan Masalah Kesehatan	3	75%	1	25%
Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat	-	-	2	50%
Kegiatan Kesehatan	1	25%	1	25%
Jumlah	4	100%	4	100%

Tabel 24. Frekuensi Tema Kesehatan Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com

Sumber: Data olah peneliti

Pada berita dengan tema kesehatan, Malangtoday.net memiliki angka sebanyak 1% dari total berita yang ada, sedangkan di Malangvoice.com sebesar 2% dengan total berita tampil yang sama yaitu 4 berita. Pada sub temanya, Malangtoday.net menampilkan berita sub tema penanganan kesehatan yang lebih banyak sebesar 75%, sedangkan pada Malangvoice.com hampir berimbang dari seluruh sub temanya dengan angka tertingginya sebesar 50%.

Tema Human Interest	Malangtoday.net		Malangvoice.com	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Prestasi Seseorang	5	100%	3	100%
Keunikan Seseorang	-	-	-	-
Jumlah	5	100%	3	100%

Tabel 25. Frekuensi Tema Human Interest Situs  
Malangtoday.net dan Malangvoice.com  
Sumber: Data olah peneliti

Pada berita tema human interest, situs Malangtoday.net memiliki angka yang sama, yaitu 3% dengan situs Malangvoice.com dari total berita yang ada dengan sub tema yang sama, yaitu prestasi seseorang.

Tema Personalities	Malangtoday.net		Malangvoice.com	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Profil Seseorang	1	100%	1	100%
Profil Selebritas	-	-	-	-
Jumlah	1	100%	1	100%

Tabel 26. Frekuensi Tema Personalities Situs Malangtoday.net  
dan Malangvoice.com  
Sumber: Data olah peneliti

Selanjutnya pada berita dengan tema personalities, Malangtoday memiliki angka sama dengan situs Malangvoice.com, yaitu 1% dari total berita yang ada. Sub tema yang ditampilkan juga sama yaitu, profil seseorang.

Tema Sport	Malangtoday.net		Malangvoice.com	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Prestasi Suatu Tim	-	-	-	-
Pertandingan	-	-	1	100%
Konflik Antar Tim	-	-	-	-
Kegiatan Tim	-	-	-	-
Jumlah	-	-	1	100%

Tabel 27. Frekuensi Tema Sport Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com

Sumber: Data olah peneliti

Untuk tema sport, Malangtoday.net tidak menampilkan berita untuk tema ini, sedangkan di Malangvoice.com terdapat angka sebesar 1% dari total berita yang ada dengan sub tema pertandingan.

Tema Seasonal News	Malangtoday.net		Malangvoice.com	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Libur Nasional	3	100%	1	50%
Peristiwa Langka	-	-	1	50%
Jumlah	3	100%	2	100%

Tabel 28. Frekuensi Tema Seasonal News Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com

Sumber: Data olah peneliti

Berita dengan tema seasonal news, Malangtoday.net memiliki angka sebesar 2%, sama seperti dengan Malangvoice.com yaitu sebesar 2% dari total berita yang ada.

Namun, untuk sub tema yang ditampilkan, Malangtoday.net berfokus pada sub tema libur nasional dengan angka 100%, sedangkan Malangvoice.com memiliki porsi yang sama sebesar 50% pada masing-masing sub tema yang ada.

Tema Special Local Interest	Malangtoday.net		Malangvoice.com	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Hiburan Rakyat	-	-	2	14,3%
Pertunjukan dan Pageralan Kesenian	1	23,3%	2	14,3%
Memperingati Hari Besar	1	23,3%	5	35,7%
Event Lokal	1	23,3%	4	28,6%
Wisata Lokal	-	-	-	-
Kesenian Lokal	-	-	1	7,1%
Jumlah	3	100%	14	100%

Tabel 29. Frekuensi Tema Special Local Interest Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com  
Sumber: Data olah peneliti

Pada berita tema Special local interest, Malangtoday.net hanya memiliki angka sebesar 2% dari total berita yang, sedangkan Malangvoice.com jauh mengungguli dengan angka sebesar 11%. Untuk sub tema yang ditampilkan, Malangvoice.com juga memiliki sub tema yang lebih beragam, dibandingkan pada Malangtoday.net karena situs ini tidak menampilkan sub tema wisata lokal dan kesenian lokal. Untuk

sub tema terbanyak yang tampil terdapat pada sub tema memperingati hari besar dan sub tema tersebut ditampilkan oleh Malangvoice.com dengan angka sebesar 35,7%.

Tema Cuaca	Malangtoday.net		Malangvoice.com	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Info Cuaca	-	-	-	-
Dampak Perubahan Cuaca	-	-	-	-
Jumlah	-	-	-	-

Tabel 30. Frekuensi Tema Cuaca Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com

Sumber: Data olah peneliti

Untuk tema cuaca, kedua situs ini sama-sama tidak menampilkan berita dengan tema ini.

Tema Lalu Lintas	Malangtoday.net		Malangvoice.com	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Kepadatan Lalu Lintas	2	100%	2	75%
Penertiban Kendaraan dan Pengemudi	-	-	1	25%
Penutupan Jalan	-	-	-	-
Jumlah	2	100%	3	100%

Tabel 31. Frekuensi Tema Lalu Lintas Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com

Sumber: Data olah peneliti



Berita dengan tema lalu lintas, Malangtoday.net memiliki angka sebanyak 1%, sedangkan untuk Malangvoice.com sebesar 2% dari total berita yang ada. Untuk sub tema yang sering tampil, yaitu sub tema kepadatan lalu lintas pada kedua situs ini.

Tema Hewan	Malangtoday.net		Malangvoice.com	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Satwa Langka	-	-	-	-
Binatang Peliharaan	4	100%	2	100%
Jumlah	4	100%	2	100%

Tabel 32. Frekuensi Tema Hewan Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com

Sumber: Data olah peneliti

Berita tema hewan pada situs Malangtoday.net memiliki angka yang lebih besar yaitu 4% dari total berita yang ada, dan di Malangvoice.com hanya sebesar 2%. Untuk sub tema yang ditampilkan sama-sama pada sub tema binatang peliharaan dengan angka 100% pada kedua situs ini.

Tema Hiburan	Malangtoday.net		Malangvoice.com	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Film	-	-	-	-
Musik	-	-	2	100%
Jumlah	-	-	2	100%

Tabel 33. Frekuensi Tema Hiburan Situs Malangtoday.net dan Malangvoice.com

Sumber: Data olah peneliti

Untuk berita tema hiburan, situs Malangtoday.net tidak menampilkan berita dengan tema ini, berbeda dengan Malangvoice.com dimana situs ini memiliki angka sebanyak 2%. Untuk sub tema yang ditampilkan terdapat pada musik, dengan angka sebesar 100% pada situs Malangvoice.com.

#### **4.3 Aplikasi teori *Niche breadth* dan *niche overlap* pada Malangtoday.net dan Malangvoice.com**

Aplikasi teori Niche dengan asumsi bahwa setiap makhluk hidup mempunyai ruang untuk hidupnya, populasi dalam hal ini menurut para ahli ekologi terkait dengan ekologi populasi (*human ecology*), disebut sebagai sebuah kumpulan organisasi yang relatif belum homogen secara internal, tetapi dapat dibedakan ketika populasi tersebut dibandingkan (Dimmick, 1984, h.105). Perhitungan dengan teori Niche, baik untuk *Niche breadth* ataupun *Niche overlap* dimaksudkan untuk memetakan perubahan-perubahan yang terfokus diantara populasi yang membentuk media sebagai sebuah persaingan untuk mendapatkan perhatian dari pembacanya (Dimmick, 1984, h.111). Sehingga kompetisi terjadi bila ada sebuah kompetitor dan sumber penunjangnya tetap yang menyebabkan terjadinya persaingan untuk memperebutkan pangsa pasar, yang dalam penelitian ini adalah tema dari isi konten berita antara situs berita online.

Untuk menjawab rumusan masalah yang ada, peneliti akan mengaplikasikan teori *niche* untuk membuktikan bahwa teori ini dapat

menjawab permasalahan yang ada. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dari kedua situs berita online tersebut, peneliti akan menggunakan rumus *Niche breadth* dan *Niche overlap* sesuai yang digunakan oleh Dimmick (1984) sehingga akan ditemukan data yang diinginkan. Untuk mendapatkan hasil yang diinginkan, peneliti akan menarik kesimpulan berdasarkan kategorisasi berdasarkan indikator yang telah ditentukan pada data yang telah dikumpulkan.

#### **4.3.1 Tingkat *Niche breadth***

Perhitungan *niche breadth* dilakukan berdasarkan data yang telah disiapkan oleh penulis dari situs berita online Malangtoday.net dan Malangvoice.com periode bulan Agustus 2017 dan Oktober 2017. Berita yang diteliti tidak seluruhnya peneliti ambil dari hari pada bulan yang peneliti tentukan, namun peneliti menggunakan teknik sampel acak sistematis (*systemic random sampling*) sehingga data yang diambil dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah. Dari data yang ditemukan, penulis mengolah kembali data yang ada agar dapat diaplikasikan dengan teori niche, berikut sajian datanya:

Tema Berita	Frekuensi	Persentase (%)
Gawat darurat	11	0.0797
Kriminalitas	47	0.3406
Pemerintahan lokal dan nasional	27	0.1957
Perencanaan dan pembangunan	15	0.1087
Konflik dan kontroversi	11	0.0797
Pressure Group	2	0.0145
Industri dan ketenagakerjaan	2	0.0145
Kesehatan	4	0.0290
Human Interest	5	0.0362
Personalities	1	0.0072
Sport	0	-
Seasonal News	3	0.0217
Special Local Interest	3	0.0217
Cuaca	0	-
Lalu lintas	2	0.0145
Hewan	5	0.0362
Hiburan	0	-
<b>Total Tema</b>	<b>138</b>	<b>1.0000</b>

Tabel 34. Persentase Tema berita Situs Malangtoday.net

Sumber: Data olah peneliti

Untuk rumus yang digunakan, peneliti mengikuti penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Dimmick (1984, h.110), berikut rumus yang digunakan:

Rumus *Niche breadth*:

$$nB = \frac{1}{\sum_{i=1}^n p_i^2}$$

Keterangan:

- $p_i$ : Proporsi dari total penggunaan setiap kategori sumber  $i$  yang digunakan oleh populasi  $B$ .
- $B$ : Populasi (dalam hal ini situs berita online)
- $i$ : Kategori sumber (dalam hal ini jenis tema berita)

Berikut hasil perhitungan *niche breadth* dari situs Malangtoday.net periode bulan Agustus 2017 dan Oktober 2017:

$$nB = \frac{1}{\frac{0.0797^2 + 0.3406^2 + 0.1957^2 + 0.1087^2 + 0.797^2 + 0.0145^2 + 0.0145^2 + 0.0290^2 + 0.0362^2 + 0.0072^2 + 0.0217^2 + 0.0217^2 + 0.0145^2 + 0.0362^2}{0.1839}} = 5,44$$

Dari hasil perhitungan tersebut ditemukan angka 5,4 dimana angka ini termasuk dalam kategori spesial, karena nilainya berada diantara angka 0-5,6 yang artinya Malangtoday.net menggantungkan kelangsungan hidupnya pada salah satu tema saja. Berdasarkan data yang telah didapatkan oleh peneliti, Malangtoday.net memiliki angka tertinggi pada berita tema kriminalitas.

Untuk situs Malangvoice.com penulis juga telah membuat tabel distribusi frekuensi agar dapat diaplikasikan dengan teori niche, berikut sajian datanya:

Tema Berita	Frekuensi	Persentase (%)
Gawat darurat	8	0.0615
Kriminalitas	25	0.1923
Pemerintahan lokal dan nasional	39	0.3000
Perencanaan dan pembangunan	13	0.1000
Konflik dan kontroversi	9	0.0692
Pressure Group	2	0.0154
Industri dan ketenagakerjaan	2	0.0154
Kesehatan	4	0.0308
Human Interest	3	0.0231
Personalities	1	0.0077
Sport	1	0.0077
Seasonal News	2	0.0154
Special Local Interest	14	0.1077
Cuaca	0	-
Lalu lintas	3	0.0231
Hewan	2	0.0154
Hiburan	2	0.0154
<b>Total Tema</b>	<b>130</b>	<b>1.0000</b>

Tabel 35. Persentase Tema berita Situs Malangvoice.net

Sumber: Data olah peneliti

Untuk rumus yang digunakan, peneliti mengikuti penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Dimmick (1984, h.110), berikut rumusnya:

Rumus *Niche breadth*:

$$nB = \frac{1}{n \sum_{i=1}^n p_i^2}$$

Keterangan:

- $p_i$ : Proporsi dari total penggunaan setiap kategori sumber  $i$  yang digunakan oleh populasi  $B$ .
- $B$ : Populasi (dalam hal ini situs berita online)
- $i$ : Kategori sumber (dalam hal ini jenis tema berita)



Perhitungan *niche breadth* situs berita online Malangvoice.com periode bulan Agustus 2017 dan Oktober 2017 ditemukan angka sebagai berikut:

$$nB = \frac{1}{0.0615^2 + 0.1923^2 + 0.3000^2 + 0.0692^2 + 0.0154^2 + 0.0154^2 + 0.0308^2 + 0.0231^2 + 0.0077^2 + 0.0077^2 + 0.0154^2 + 0.1077^2 + 0.0231^2 + 0.0154^2 + 0.0154^2} = \frac{1}{0.1605} = 6,23$$

Pada hasil perhitungan *niche breadth* pada Malangvoice.com tersebut ditemukan angka 6,23 dimana angka ini termasuk dalam angka 5,7-11,3 kategori moderat yang artinya Malangvoice.com bisa saja hanya menggantungkan kelangsungan hidupnya pada salah satu tema saja, namun berdasarkan data yang ada situs ini cukup beragam dalam pemberitaannya pada berbagai kategori tema yang ada. Dari data yang telah dikumpulkan peneliti, situs Malangvoice memiliki angka yang tertinggi pada berita tema pemerintahan lokal dan nasional, namun untuk tema berita lainnya bisa dikatakan berimbang porsinya karena tidak terdapat perbedaan angka yang terlalu jauh diantara tema-tema berita lainnya.

Berdasarkan hasil aplikasi rumus *niche breadth*, ditemukan data bahwa angka yang ada menunjukkan kategori, sebagai berikut:

No.	Nama Situs	Nilai Niche Breadth	Kategori
1	Malangtoday.net	5,44	Spesial
2	Malangvoice.com	6,23	Moderat

Tabel 36. Nilai Perhitungan Niche Breadth  
Sumber: Data olah peneliti

Dari hasil *niche breadth* kedua situs berita online ini ditemukan data bahwa, Malangtoday.net dengan slogannya “Linking people, Information, and Technology” masuk dalam kategori spesial dimana berdasarkan data ditemukan, tema yang menjadi sumber daya penghidupan situs ini adalah tema kriminalitas, hal ini terlihat dengan perbandingan tema lainnya yang menduduki posisi kedua, yaitu tema pemerintahan lokal dan nasional cukup berbanding jauh dimana frekuensi yang didapat adalah 47 untuk tema kriminalitas dan 27 untuk tema pemerintahan lokal dan nasional. Angka ini terlihat memiliki selisih banyak, sehingga dapat dikatakan Malangtoday.net banyak menyajikan berita dengan tema kriminalitas. Untuk tema-tema lainnya, situs Malangtoday.net memiliki 3 tema lainnya yang tidak berbeda jauh frekuensinya, yaitu tema perencanaan dan pembangunan (15), tema gawat darurat (11), dan tema konflik dan kontroversi (11). Sisanya pada tema-tema lainnya hanya berada di angka frekuensi 0 hingga 5.

Peneliti berasumsi bahwa sajian berita yang ada tidak sesuai slogan yang ditampilkan, mungkin ini terjadi karena kekurangan peneliti yang tidak menampilkan indikator tema teknologi sehingga peneliti tidak dapat menampilkan berita dengan tema sesuai slogan yang ada. Namun, untuk unsur slogan “Linking People, Information ...” menurut peneliti, situs ini sudah mampu mendapatkan kepercayaan dari masyarakat Kota Malang dalam sajian konten berita lokalnya, hal ini terlihat dari jumlah akses *traffic data* yang menunjukkan peringkat

yang tinggi dibandingkan situs berita online lain yang berada di Kota Malang.

Berdasarkan data tersebut, maka dikatakan Malangtoday.net sebagai situs berita online yang kredibel masuk dalam kategori spesial dimana situs ini menggantungkan sumber penghidupannya pada salah satu tema saja. Hal ini tentu menurut peneliti dapat menjadi ciri khas dari sajian berita Malangtoday.net, karena media massa yang melakukan spesialisasi dalam kontennya dapat menjadi pembeda dari media lainnya. Hal ini sesuai dengan apa yang diramalkan oleh Prof. M. Alwi Dahlan dalam makalah yang ditulis tahun 1999 bahwa trend perkembangan media akan makin menuju kepada segmentasi yang bertambah tinggi, dengan khalayak sasaran yang makin selektif, dengan ciri demografis dan budaya komunikasi yang semakin tajam (Herawati, 2007, h.205).

Untuk situs Malangvoice.com, ditemukan hasil moderat dengan data di lapangan menunjukkan frekuensi tema berita yang tertinggi dengan tema pemerintahan lokal dan nasional sebanyak 39. Untuk posisi tertinggi kedua terdapat pada tema kriminalitas yaitu dengan angka 25. Sedangkan pada tema-tema lainnya seperti *tema special local interest* (14), tema perencanaan dan pembangunan (13), tema konflik dan kontroversi (9), tema gawat darurat (8), dan sisanya dengan frekuensi 0 hingga 4. Berbeda dengan situs Malangtoday.net, Malangvoice.com hanya memiliki 1 tema saja yang memiliki angka 0.

Meskipun terdapat selisih angka yang cukup jauh, namun berdasarkan data yang telah diaplikasikan teori niche, sajian tema-tema oleh situs Malangvoice.com masuk kedalam kategori moderat yang artinya Malangvoice menggantungkan sumber penghidupan medianya pada beberapa tema.

Berdasarkan data tersebut, menunjukkan bahwa situs berita online Malangvoice.com dengan slogannya “Asli, gak ngawur!” berusaha untuk menyajikan berbagai tema berita untuk menarik pembaca. Sehingga dapat dikatakan sesuai dengan data *niche breadth* bahwa, Malangvoice.com berusaha untuk menjadi media yang dapat diandalkan dapat menyajikan berbagai fakta yang ada di lingkungan Kota Malang. Meskipun berdasarkan data, terdapat selisih yang cukup jauh antara posisi tema yang tampil dalam pemberitaannya, Malangvoice.com memiliki peringkat yang cukup baik dibandingkan dengan situs-situs berita online lainnya yang belum tentu kredibel sehingga slogan yang dimiliki tentu dapat mendongkrak popularitas situs berita online ini.

#### **4.3.2 Tingkat *Niche overlap***

Perhitungan *niche overlap* dilakukan berdasarkan angka *niche breadth* pada masing-masing tema dari kedua situs yang menjadi subjek pada penelitian ini. Rumus yang digunakan adalah berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dimmick (1984, h.110), berikut rumusnya:

Rumus *Niche overlap*:

$$D_{ij} = \sum_{b=1}^n (p_{ih} - p_{jh})^2$$

Keterangan:

- $D_{ij}$ : jarak antara populasi/makhluk hidup i dan j
- $p_i$ : proporsi sumber penunjang yang dipergunakan oleh kedua populasi makhluk hidup.
- $h$ : menggambarkan *resource microdimension* yang digunakan oleh populasi

Berdasarkan data yang digunakan untuk mengukur *niche breadth* sebelumnya, Persentase angka yang digunakan pada penghitungan *niche overlap* ini hampir sama hanya terdapat pengurangan sebelum dikuadratkan sesuai rumus yang ada. Berikut perhitungan *niche overlap* dari kedua situs berita online Malangtoday.net dan Malangvoice.com periode bulan Agustus 2017 dan Oktober 2017:

$$\begin{aligned} nO = & (0,0797 - 0,0615)^2 + (0,3046 - 0,1923)^2 + (0,1957 - \\ & 0,3000)^2 + (0,1087 - 0,1000)^2 + (0,0797 - 0,0692)^2 + \\ & (0,0145 - 0,0154)^2 + (0,0145 - 0,0154)^2 + (0,0290 - \\ & 0,0308)^2 + (0,0362 - 0,0231)^2 + (0,0072 - 0,0077)^2 + \\ & (0,0217 - 0,0154)^2 + (0,0217 - 0,1077)^2 + (0,0145 - \\ & 0,0231)^2 + (0,0362 - 0,0154)^2 = \mathbf{0,0415} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan dari *niche overlap*, ditemukan angka 0,0415 dimana angka ini termasuk dalam kategori angka 0,00-0,20 yang artinya sangat tinggi/sangat kuat, sehingga dapat dikatakan

diantara kedua situs berita online Malangtoday.net dan Malangvoice pada periode bulan Agustus 2017 dan Oktober 2017 terjadi persaingan sangat ketat dalam pemberitaan yang dihasilkan oleh kedua situs ini.

No.	Persaingan	Nilai Niche Overlap	Kategori
1	Malangtoday.net – Malangvoice.com	0,0415	Sangat tinggi/Sangat Kuat

Tabel 37. Nilai Perhitungan Niche Overlap

Sumber: Data olah peneliti

Fokus penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat persaingan yang terjadi berdasarkan tema konten berita lokal, dan didapatkan hasil *niche overlap* yang menunjukkan persaingan yang terjadi diantara Malangtoday.net dan Malangvoice.com adalah sangat kuat. Hal ini terjadi karena berdasarkan data yang ada, sajian konten berita berdasarkan *niche breadth* tema-tema yang menjadi sumber penghidupan kedua media ini, apabila dimasukkan rumus yang ada dapat dikatakan bersinggungan atau terjadi perebutan sumber penghidupan yang sama. Hal ini menurut peneliti cukup baik, karena apabila terjadi persaingan dalam hal sumber daya yang sama tentunya suatu media akan berusaha sebaik mungkin untuk menjadi yang terbaik. Sehingga, masyarakat yang menjadi pembaca akan mendapatkan informasi yang terbaik dari konten berita yang ditampilkan.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Tingkat persaingan situs berita online lokal pada Malangtoday.net dan Malangvoice.com terjadi sangat ketat situs Malangtoday.net menyajikan 14 tema berita dari total 17 tema berita, dan untuk situs Malangvoice.com hampir menyajikan seluruh tema dengan angka 16 dari total 17 tema berita yang tampil pada masing-masing situs tersebut. Pada kedua situs berita ini, terdapat perbedaan pada berita yang mendominasi dimana pada Malangtoday.net adalah berita tema kriminalitas, sedangkan pada Malangvoice.com adalah berita tema pemerintahan lokal dan nasional. Pada tema-tema lainnya pada kedua situs berita online ini bisa dikatakan seimbang dalam penyajiannya. Dari keseluruhan kategori tema yang ada, berita dengan tema cuaca tidak pernah disajikan oleh kedua media ini, sedangkan untuk berita dengan tema sport dan hiburan tidak disajikan oleh Malangtoday.net.

Untuk aplikasi *niche breadth* berdasarkan rumus yang digunakan oleh Dimmick (Dimmick & Rothenbuhler, 1984, h.110), diperoleh angka dari Malangvoice.com yang lebih besar, yaitu 6,23 kategori moderat yang artinya pola kehidupan di media ini tidak mengandalkan satu sumber penunjang kehidupan media saja dalam hal ini adalah tema yang disajikan cukup beragam. Sedangkan pada situs Malangtoday.net diperoleh angka sebesar 5,44 kategori spesialis yang artinya Malangtoday.net

menggantungkan sumber penunjang kehidupannya hanya pada salah satu tema.

Pada tingkat persaingan kedua media ini, peneliti menghitung menggunakan rumus *niche overlap* yang digunakan oleh Dimmick (Dimmick & Rothenbuhler, 1984, h.110), dimana hasil pada kedua situs media ini ditemukan angka 0,0415, yang artinya persaingan yang terjadi sangat kuat/sangat ketat karena angka yang telah dihitung mendekati angka 0. Persaingan ini terjadi dengan sangat ketat dikarenakan frekuensi tema berita (*types of contents*) yang disajikan oleh kedua situs berita online Malangtoday.net dan Malangvoice.com hampir memiliki angka yang sama pada masing-masing temanya.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Penelitian Akademis

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat persaingan dengan aplikasi teori *niche* menggunakan konsep utamanya, yaitu ketergantungan sumber kehidupan media (*niche breadth*) dan ketumpangtindihan (*niche overlap*) berdasarkan pada tema berita (*types of contents*) yang tampil sehingga akan diketahui tingkat persaingan yang terjadi pada situs berita online lokal berdasarkan tema konten berita, yaitu Malangtoday.net dan Malangvoice.com yang berlokasi di Kota Malang. Dari data yang ditemukan, menurut peneliti data yang ada dapat diolah lagi dengan

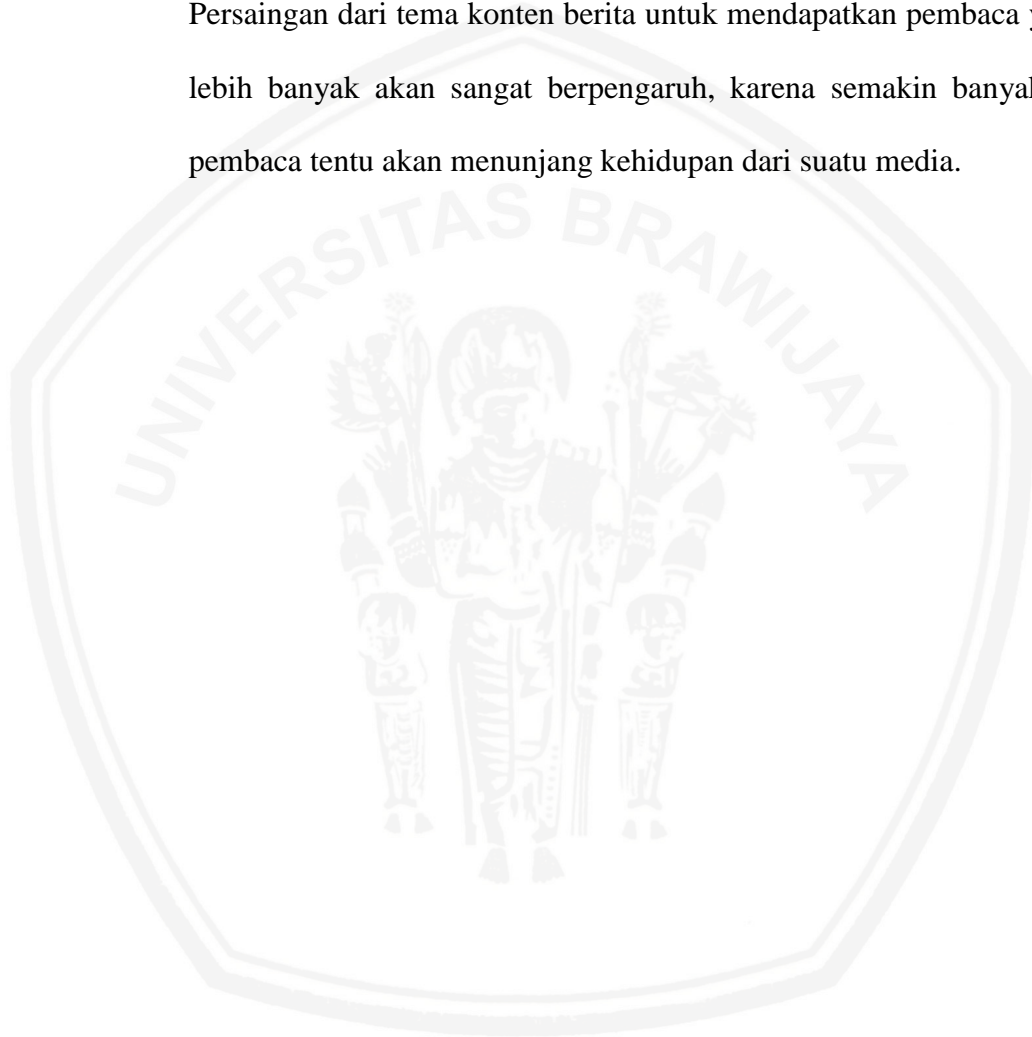
konsep utama lainnya, yaitu modal (*capital*) dan khayalak (*types of audience*). Selain itu dapat juga digunakan pendekatan ataupun analisis lainnya, seperti melihat bagaimana pengaruh dampak berita lokal terhadap pembaca, mempertahankan eksistensi suatu media massa terutama media lokal, serta analisis lainnya. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan peneliti, peneliti sadar bahwa memiliki keterbatasan penelitian dari segi waktu sehingga peneliti berharap penelitian dengan tema seperti ini dapat dilanjutkan.

### 5.2.2 Saran Bagi Praktisi Media

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti berharap bagi situs berita online dapat memuat tema berita dengan proporsi yang lebih generalis atau umum. Dengan proporsi yang lebih generalis, maka akan membuat semakin banyak sumber penunjang kehidupan dari suatu media. Sehingga, suatu media tidak akan menggantungkan sumber penghidupannya hanya pada salah satu sumber penunjang kehidupan saja.

Dari data yang didapatkan juga menunjukkan bahwa, situs Malangtoday.net bersifat spesialis, sedangkan Malangvoice.com moderat dalam penyajian beritanya, sehingga menurut peneliti perlu adanya keragaman dalam penyajian tema-tema beritanya, tidak berfokus pada tema tertentu saja. Semakin banyak tema yang disajikan, maka dapat memberikan kepuasan bagi pembaca dan menjadikan media tersebut lebih populer dibanding media lainnya.

Untuk tingkat persaingan yang terjadi, berdasarkan data menunjukkan bahwa persaingan yang terjadi sangat ketat. Sehingga menurut penulis, hal ini baik untuk kedua media agar berita yang dihasilkan dapat selalu bersaing untuk menjadi yang terbaik. Persaingan dari tema konten berita untuk mendapatkan pembaca yang lebih banyak akan sangat berpengaruh, karena semakin banyaknya pembaca tentu akan menunjang kehidupan dari suatu media.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aan, M. S. (2013). *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*. Jakarta: Pustaka Belajar.
- Arikunto, & Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2016). *Infografis Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia*.
- Astuti, I.S. (2008). *Jurnalisme Radio: Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Astutik Nur Qomariyah. (2013). *Perilaku Penggunaan Internet Pada Kalangan Remaja Di Perkotaan*, 53(9), 1689–1699.  
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Bulaeng, A. (2004). *Teori Manajemen Riset Komunikasi*. Jakarta: Narendra.
- Cresswell, J. W. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Dimmick, J., Feaster, J. C., & Hoplamazian, G. J. (2011). News in the interstices: The niches of mobile media in space and time. *New Media and Society*, 13(1), 23–39. <https://doi.org/10.1177/1461444810363452>
- Dimmick, J., & Rothenbuhler, E. (1984). The Theory of the Niche: Quantifying Competition Among Media Industries. *Journal of Communication*, 34(1), 103–119. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1984.tb02988.x>
- Dimmick, J. W. (2003). *Media Competition and Coexistence The Theory of the Niche*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Dewanpers. (2017). Diakses pada 30 Oktober 2017, dari [www.dewanpers.or.id/perusahaan](http://www.dewanpers.or.id/perusahaan).
- Ensiklopedi Nasional Indonesia*. (1990). Cipta Adi Pustaka.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Hall, S. (2005). *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*. London: SAGE Publications.

- Halper, L. D. (2011). Neil postman's missing critique: Amrdia ecology analysis of early radio, 1920-1935. Dissertation, United States: University of Massachusetts Amherst.
- Herawati, F. A., & Budi, S. H. (2007). Ekologi Media Radio Siaran di Yogyakarta : Kajian Teori *Niche* terhadap Program Acara Radio Siaran di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 107–130.
- Ichsan, F.S. (2016). Kota Malang Sarangnya Media. Diakses pada tanggal 22 Maret 2018, dari <https://goblogbiz.wordpress.com/2016/05/25/kota-malang-sarangnya-media-online/>.
- Insights. (2012). Diakses pada 10 November 2017, dari [www.nielsen.com/us/en/insights/press-room/2012/nielsen-announces-pricing-of-secondary-common-stock-offering.html/](http://www.nielsen.com/us/en/insights/press-room/2012/nielsen-announces-pricing-of-secondary-common-stock-offering.html/)
- Kartono, K.(1990). *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung: Mandar Maju,
- Kode Etik Jurnalistik PWI. (2013). Diakses pada 20 Agustus 2018, dari <https://pwi.or.id/index.php/pd-prt>
- Kriyantono, R. (2012). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Media Group.
- Morissan, S. D. (2007). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mudjiyanto, B. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif; Ekologi Media Massa Quantitative Research Methods; Mass Media Ecology, (1), 98–126.
- Mulyani, S. (2016). Kompetisi Surat Kabar Lokal Di Yogyakarta (Analisis dan Aplikasi Teori *Niche* pada Headline Surat Kabar Harian Tribun Jogja dan Harian Jogja). Thesis, Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Neuendorf, K. E. (2002). *The Content Analysis Guide Book*. Sage: Thousand Oaks.
- Neuman. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif (7th ed.)*. Jakarta: PT Indeks.
- Pedoman Media Siber. (2012). Diakses pada 20 Agustus 2018, dari <https://malangtoday.net/pedoman-media-siber/>
- Pradipta, R. (2005). Kompetisi Majalah Remaja Berlisensi Amerika Dalam Memperebutkan Iklan (Analisis isi tentang tingkat kompetisi memperebutkan



- iklan produk beauty, fashion, dan food and drinks pada majalah Cosmo Girl! dan Seventeen selama tahun 2004 melalui teori *niche*). Thesis, Surabaya: Universitas Airlangga.
- Press Room. (2014). Diakses pada 20 November 2017, dari [www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa.html](http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa.html)
- Putman, R. J. (1994). *Community ecology*. London: Champan & Hall.
- Richmond, D. A. (2000). *Niche competition in the occupational labor market: An ecological theory of labor market dynamics*. The University of Arizona.
- Romli, A. S. M. (2012). *Journalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Traffic Analytics. (2017). Diakses pada 20 Desember 2017, dari [www.semrush.com/analytics/traffic/overview/Malangtoday.net?competitor=Malangvoice.com](http://www.semrush.com/analytics/traffic/overview/Malangtoday.net?competitor=Malangvoice.com)
- Salas, A. (2007). *Media ecology come into its own*. The Education Digest, 62.
- Sendjaja, S. D. (1993). Ekologi media, analisis, dan aplikasi teori *niche* dalam penelitian tentang kompetisi antar industri media. *Gramedia*. Jakarta: Jurnal 5 & 6 Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia.
- Septiana, R. (2013). Kajian Teori *Niche* Terhadap Rubrik Berita Pada Surat Kabar Harian Solo Pos dan Joglosemar Periode Januari 2013, V(2), 96–104. Retrieved from <http://publikasiilmiah.ums.ac.id:80/handle/11617/4499>.
- Similar Website. (2017). Diakses pada 19 Desember 2017, dari [www.alexa.com/find-similar-sites#site=Malangtoday.net](http://www.alexa.com/find-similar-sites#site=Malangtoday.net).
- Soemarwoto, O. (2004). *Ekologi, lingkungan hidup dan pembangunan*. Jakarta: Djambatan.
- Sri Hastjarjo. (2007). Teknologi Digital dan Dunia Penyiaran. *Jurnal Komunikasi Massa*, 1(1), 35–41.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumadiria, H. (2005). *Jurnalistik Indonesia*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Surakhmad, W. (1982). *Pengantar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Penerbit Tarsito.
- Ward, I. (1995). *Politics of the media*. Melbourne: MacMillan.

- Wira, S. (2017). Perkembangan Media Online di Dunia dan Indonesia. Diakses pada tanggal 28 Februari 2018, dari [https://www.kompasiana.com/shantanawp/perkembangan-media-online-di-dunia-dan-indonesia\\_59c5223778b6851318117972](https://www.kompasiana.com/shantanawp/perkembangan-media-online-di-dunia-dan-indonesia_59c5223778b6851318117972).
- Wolfe, A. S., Loy, M., & Chidester, P. (2009). Mass Communication and Identity Construction: Theory and a Case Study of Song-Recordings by a Popular Musician. *Journalism and Communication Monographs*, 11(1), 67–113. <https://doi.org/10.1177/152263790901100103>
- Yudiningrum, F. R. (2010). Iklan Dan Kompetisi Media (Analisis dan Aplikasi Teori *Niche* dalam Mengukur Kompetisi Penyiaran Iklan di Suara Kudus FM, Pamira FM, dan Yasika FM Bulan Februari 2010). *Jurnal Komunikasi Massa*, 3(2), 1–20.